# PROFIL

nr 5 (72) maj 1999

ISSN 1427-8995

100 roamingów w Idei

Turystyka szybsza niż przemysł

Wzornictwo komputerowe

Walus

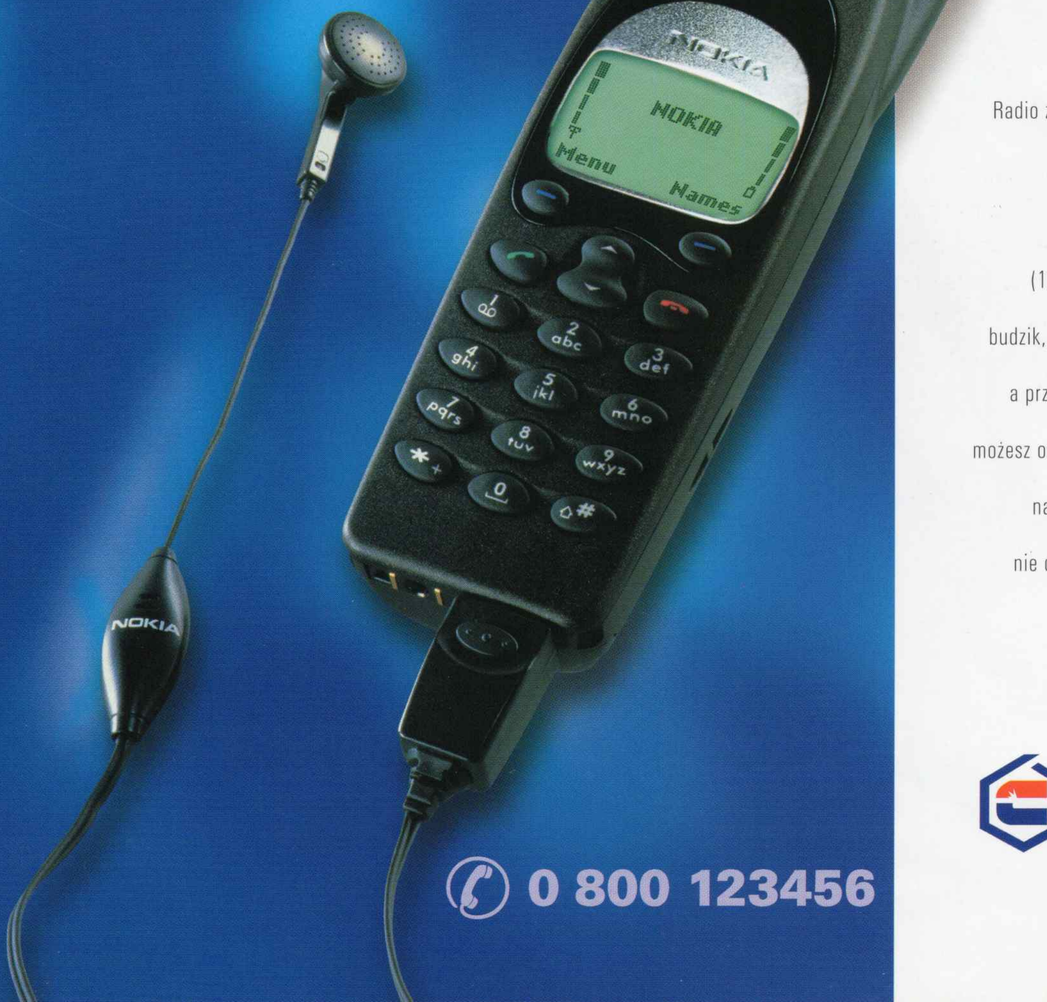
CENTERTEL

# Pierwsze radio w telefonie komórkowym






## Nokia 650




Radio z telefonem? Nie, to telefon z radiem – maleńka Nokia 650 w sieci Centertel to pierwszy telefon komórkowy z radiem UKF. Ten maleńki aparat (13,6 cm długości, 190 g wagi) zastąpi kalendarz, budzik, notatnik, kalkulator, zegarek, gry elektroniczne, a przede wszystkim radio. Teraz, gdziekolwiek jesteś możesz odbierać swoją ulubioną stację radiową i słuchać najlepszych audycji radiowych. Takich możliwości nie daje Ci żaden inny telefon i żaden inny operator. Tylko Centertel.

0 800 123456

CENTERTEL
największy zasięg w Polsce

NOKIA
Connecting People

Szanowni Państwo,

*Sieć Idea rozrasta się w bardzo szybkim tempie. W majowym „Profil-u" przedstawiamy najnowsze mapy zasięgu w regionach, w których Idea działa już od ubiegłego roku – w kolejnych numerach również regiony „premierowe". W dziale telekomunikacyjnym znajdą Państwo przegląd wszystkich aparatów, współpracujących z sieciami typu NMT i GSM 1800 (Idea), które znajdują się w aktualnej ofercie sieci sprzedaży PTK Centertel. Bez wątpienia ciekawostką jest tu najnowszy, najmniejszy i najlżejszy aparat NMT – model Nokia 650 z wbudowanym radiem. Ponadto w dziale „Mobile" polecamy artykuł o historii największych telekomunikacyjnych fuzji ostatnich lat („Telefoniczna fuzjomania"). Prezentujemy też garść porad technicznych („Komórka z łatwiejszą obsługą") oraz najnowsze usługi i promocje.*

*Majowym tematem miesiąca jest rynek turystyczny w Polsce i na świecie. Oprócz przeglądu ofert i analizy rynkowych tendencji („Zmienne oblicze turystyki"), zamieszczamy wywiad z Wiesławem Piegatem, dyrektorem Biura Zarządu Warszawskiej Izby Turystyki, w którym ocenia on zmiany, związane z wejściem w życie nowej ustawy o turystyce.*

*W dziale „W sieci" zagościły najbardziej wyrafinowane stylistycznie, kolorystycznie i funkcjonalnie akcesoria komputerowe („Modny komputer nie jest szary"). Paweł Piasecki buszuje w Internecie – tym razem w poszukiwaniu najskuteczniejszych metod leczniczych. A w wakacyjny nastrój „Po godzinach" wprowadza artykuł o pozostającej na peryferiach Europy Irlandii („Wyspa zielonych wzgórz").*

*Życzymy miłej lektury –*

*Redakcja*


**PROFIL**
– magazyn abonentów ptk centertel

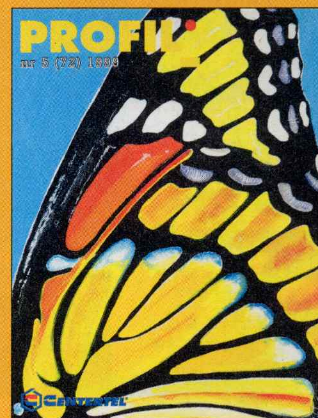
wydawca: polska telefonia komórkowa centertel sp. z o.o.
redakcja: biuro komunikacji marketingowej ptk

redaktor naczelny: iwona zabielska
sekretarz redakcji: krzysztof adelt
redakcja: agnieszka guzek, maria piskorska
korekta: irena szewczyk
reklama: ula sękowska
tel. (0-22) 656 14 44 w. 1314
opracowanie graficzne: jurek wasiukiewicz

adres redakcji:
ul. sienna 75, warszawa
adres do korespondencji:
ul. żelazna 28/30,
00-832 warszawa
tel. (0-22) 656 15 97;
faks (0-22) 656 15 51

druk: drukarnia prasowa, łódź
druk okładki: drukpol, sulejówek

redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.

projekt okładki: włodzimierz walus

# PTK Centertel : MINI-INFORMATOR

**Informacja handlowa**
0-800 123456 – połączenie bezpłatne z dowolnego aparatu
(0)90 234567 – połączenie bezpłatne w sieci NMT
(0)501 123456 – połączenie bezpłatne w sieci Idea Centertel

**Biuro Obsługi Klienta:**
*22 – połączenie bezpłatne z telefonu komórkowego (tylko na terenie Polski)
501 100 100 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
(0)22 634 28 82 – numer stacjonarny, połączenie płatne
+48 22 634 28 82 lub +48 501 100 100 – numery dla Abonentów, przebywających za granicą

## PTK Centertel w Internecie:



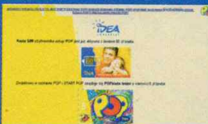

**www.centertel.pl** – strona domowa Polskiej Telefonii Komórkowej: informacje o firmie, aktualne informacje prasowe, odnośniki do podstron, sieć NMT (promocje, cenniki, telefony, zasięg, usługi dodane, roaming, ciekawe miejsca)




**www.idea.centertel.pl** – co to jest Idea, promocje, taryfy, telefony, zasięg, pakiet usług Dual, inne usługi dodane, roaming




**sklep.centertel.pl** – Idealny Sklep Wirtualny – sklep internetowy PTK Centertel (sprzedaż aparatów NMT i Idea, aktywacje, usługa Dual, usługa POP)



**www.pop.centertel.pl** – usługa POP w sieci Idea (promocje, zestawy POP, usługi, aparaty, opłaty)



**sms.centertel.pl** – z tej strony można wysłać wiadomość tekstową do Abonenta sieci Idea (jeśli aktywował usługę „Internet SMS")

## Głosowo-faksowe serwisy informacyjne:

90 200 123, 501 200 123 – informacja o numerach Abonentów PTK Centertel i numerach kierunkowych (*123 z telefonu komórkowego)
90 234 234, 501 234 234 – serwis informacji handlowej PTK Centertel o sieci Idea: telefony (*15), usługi dodane (*115), ceny i promocje (*120), roaming międzynarodowy (*125), usługa POP (*130)
90 213 213, 501 213 213 – Wirtualny Serwis Ekonomiczny PTK Centertel i firmy Prorexim (internet: http://www.prorexim.com.pl): kursy walutowe (*15), oprocentowanie depozytów bankowych (*110), oprocentowanie kredytów bankowych (*115), serwis giełdowy (*125)
501 70 70 70 – serwis internetowy: Internet w sieciach NMT i Idea
90 200 175, 501 200 175 – horoskop Agnieszki: Baran (*11), Byk (*12), Bliźnięta (*13), Rak (*14), Lew (*15), Panna (*16), Waga (*17), Skorpion (*18), Strzelec (*19), Koziorożec (*110), Wodnik (*111), Ryby (*112)
***W trakcie trwania połączenia z serwisami istnieje możliwość otrzymania wydruków po wybraniu „5" i „START" na faksie.***

**Dostęp do Internetu:** *888 lub 501 80 80 80

## Firmowe salony sprzedaży

**BYDGOSZCZ:** ul. Gdańska 67, tel. 21 12 12, 21 24 33, 0-90 600 600, faks 21 29 67.
**GDAŃSK:** ul. Tkacka 9/10, tel. 301 00 21, 301 14 14, 301 63 14, faks 301 64 12, 301 51 13.
**GDYNIA:** ul. Świętojańska 87, tel. 620 22 22, 0-90 50 60 70, faks 620 21 21.
**LUBLIN:** ul. Chopina 11, tel. 534 55 30, 743 64 80, 743 63 72, 0-90 200 600, 0-501 200 600, faks tonowo 534 55 65.
**ŁÓDŹ:** ul. Piotrkowska 232, tel. 0-90 209 020, 639 96 95 i tonowo: 10 lub 11 – salon, 20 – handlowcy, 60 lub 61 – serwis, 64 – faks.
**KATOWICE:** ul. Graniczna 29, tel. 256 40 18, 256 40 34, 0-90 345 678, faks 256 15 49.
**KRAKÓW:** ul. Piłsudskiego 22, tel. 421 65 76, 0-90 330 000, faks 421 64 88; ul. Starowiślna 62, tel. 422 29 59, 0-90 33 66 33, faks 422 26 83.
**OLSZTYN:** ul. Dąbrowszczaków 8/9, tel. 535 05 04, 0-90 500 500, faks 534 97 53.
**POZNAŃ:** ul. Wierzbięcice 9, tel. 865 19 20 lub 865 19 21 i tonowo: 1 – faks, 0-90 654 321, faks 833 79 80.
**RZESZÓW:** ul. Chodkiewicza 7, tel. 62 92 96, 853 91 00, 853 91 01, 0-90 333 222, faks 62 86 81.
**SOSNOWIEC:** ul. 3-go Maja 30, tel. 292 50 44, 0-90 321 321, faks 292 50 33.
**SZCZECIN:** ul. Kaszubska 52, tel. 488 40 61-64 i tonowo: 10 lub 16 – salon, 20 – serwis, 30 – przedstawiciele handlowi, 40 – faks, tel. 0-90 66 55 44; ul. Bolesława Krzywoustego 65, tel. 433 04 49, 433 94 58, 433 94 86, 433 93 07 i tonowo: 101 – salon, 103 – sprzedawcy, 110 – faks, tel. 0-90 600 222.
**TORUŃ:** ul. Rynek Staromiejski 24, tel. 663 50 00, 663 50 30, 0-90 50 50 20, faks 663 53 44.
**WARSZAWA:** ul. Jasna 24, tel. 826 94 00, 826 94 01, 826 88 72, 0-501 001 091, 0-501 111 150, 0-90 209 040, 0-90 200 170, faks 826 86 99; ul. Pańska 57/61, tel. 656 15 54, 0-501 101 101, 0-501 001 052, 0-90 200 768, faks 656 15 06; ul. Okrzei 34, tel. 670 07 25, 670 16 50, 670 24 60, 670 23 88, 0-501 111 501, 0-501 000 502, 0-90 209 302, 0-90 272 999, faks 670 23 60; Al. Niepodległości 24/30, tel. 853 34 10, 853 34 15, 0-501 000 501, 0-501 000 505, 0-90 209 102, 0-90 200 034, faks 853 34 20.
**WROCŁAW:** ul. Odrzańska 25, tel. 44 71 66 i tonowo: 101 – salon, 202 – serwis, 121 – przedstawiciele handlowi, 111 – fax, 0-90 332 211; ul. Piłsudskiego 104, tel. 346 00 10 i tonowo: 101, 102, 103 – salon, 110 – faks, 0-90 33 22 33.

maj 1999

numer 5 (72)

temat miesiąca **Turystyka**




## 19 Zmienne oblicze turystyki

– kierunki rozwoju usług turystycznych

## 24 WITamy i szkolimy

– rozmowa z Wiesławem Piegatem, dyrektorem Biura Zarządu Warszawskiej Izby Turystyki.

**6** IDEAlny plan, IDEAlny szpieg
– premiera „Operacji Samum"

**10** Już 100 roamingów w Idei!

**12** Telefoniczna fuzjomania

**16** Komórka z łatwiejszą obsługą

**18** 90... ...501

**30** Samo zdrowie
– internetowe serwisy medyczne

**31** Cyfrowa biblioteka

**32** Od słowa do słowa
– felieton

**34** Edycja dzieł Ernesta Hemingwaya

**35** Nowości wydawnicze

**36** Recenzje płytowe

**37** Co nowego w kinach?

**40** Coco i Gianni
– giganci mody

**42** Męska sprawa
– zapach dla pana

## 8 Aparaty w sieciach Idea i NMT

– aktualna oferta






## 28 Modny komputer nie jest szary




Coraz więcej klientów myśli nie tylko o parametrach technicznych produktów. Zwraca także uwagę na to, czy zostały one ciekawie zaprojektowane.



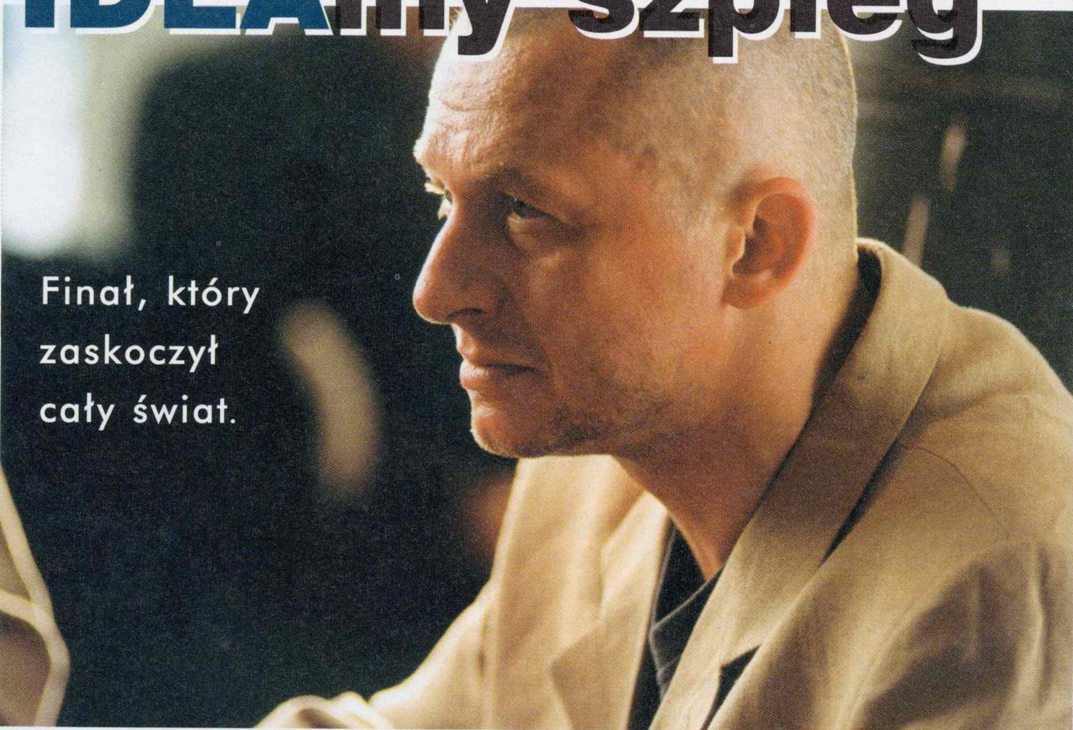

## 38 Wyspa zielonych wzgórz




Piękne, surowe krajobrazy górskie, szarozielone wzgórza i niziny. Łagodnie pofalowane łąki i pastwiska, ustronne, białe plaże. Sielskość i spokój. Po prostu Irlandia.

# IDEAlny plan, IDEAlny szpieg

W maju na ekrany kin weszła „Operacja Samum", najnowszy film w reżyserii Władysława Pasikowskiego. Głównym producentem tego polskiego filmu jest amerykańska firma Warner Bros. W głównych rolach występuje plejada świetnych aktorów. Idea Centertel jest sponsorem promocji filmu.



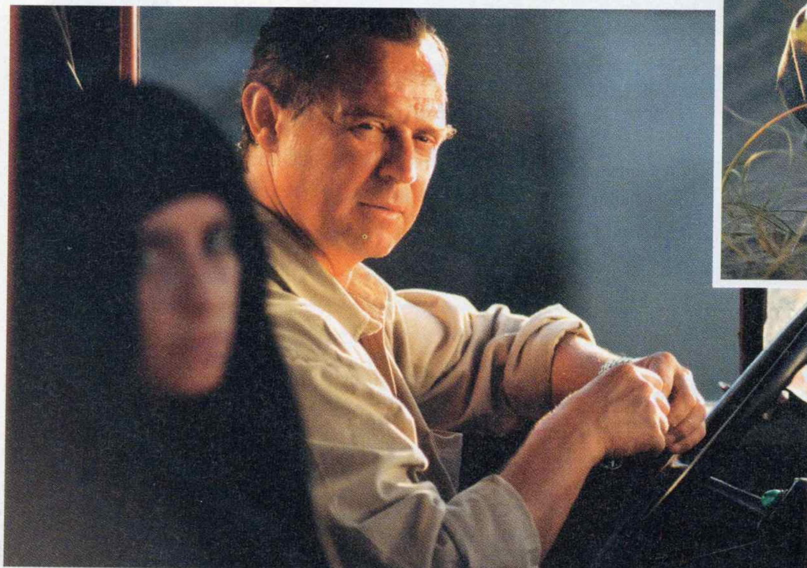
Finał, który zaskoczył cały świat.

W „Operacji Samum" prawda miesza się z fikcją. Józef Mayer (Marek Kondrat), kiedyś as polskiego wywiadu, postanawia ratować aresztowanego w Iraku syna (Radosław Pazura), który wpadł w tarapaty, romansując z agentką izraelskiego wywiadu Karen (Anna Korcz). Mayer rozpoczyna działania na własną rękę i wyrusza w ryzykowną podróż. Nie zdaje sobie sprawy, że uwolnienie syna nie będzie jego jedyną misją. Byli szefowie chcą wykorzystać Mayera jako przynętę i zmylić czujność tajnej policji Saddama Hussaina. Polacy mają w tym czasie do wykonania ważne, niebezpieczne i politycznie delikatne zadanie – muszą (na prośbę CIA) wyprowadzić z Iraku amerykańskich szpiegów. Tym zajmują się w filmie agenci Broński (Bogusław Linda) i Kosiński (Olaf Lubaszenko).

Szczegóły prawdziwej akcji, która miała miejsce tuż przed wojną w Zatoce Perskiej, nadal objęte są tajemnicą państwową. Wiadomo jedynie, że w jej wyniku udało się uratować Amerykanów i razem z nimi wywieźć z Iraku tajne mapy.

Producentami „Operacji Samum" są Warner Bros., TVP S.A. oraz Marek Kondrat. Konsultantem filmu został generał Gromosław Czempiński, były szef UOP, a jesienią 1990 roku – mózg polsko-amerykańskiej operacji. Większość zdjęć (w wykonaniu Pawła Edelmana) powstała w stolicy Turcji – Ankarze i w pustynnych plenerach nad granicą turecko-syryjską. Przy realizacji filmu przez 18 dni pracowała 70-osobowa ekipa z Polski. Wykorzystano 50 ton sprzętu i 300 statystów. Muzykę do „Operacji Samum" skomponował Goran Bregovic.





Na specjalne zaproszenie w filmie zagrało dwóch wybitnych aktorów, którzy z reżyserem spotkali się po raz pierwszy. W rolę Shopsovitza – szefa izraelskiego wywiadu – wcielił się Gustaw Holoubek, a szefem CIA został Jerzy Skolimowski.

# wrOcŁaw




# maPa

obrazująca stan pokrycia
sieci GSM 1800 aglomeracji wrocławskiej

Ze względu na propagację fali radiowej podane zasięgi mają charakter orientacyjny i nie mogą być podstawą do zawierania Umowy o Świadczeniu Usług Telekomunikacyjnych

IDEA
centertel

# Aparaty w sieciach
## – aktualna oferta




### ERICSSON PH388

**Wymiary:** 130 x 49 x 23 mm
**Waga:** 198g
**Bateria standardowa:** NiMH 550 mAh
**Czas oczekiwania:** do 37 godz.
**Czas rozmowy:** do 2 godz. 15 min
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** 1-liniowy
**Antena:** stała

Aparat ma wbudowany zegar, pozostający na wyświetlaczu w stanie czuwania oraz budzik z alarmem (działa nawet wtedy, gdy aparat jest wyłączony). Dodatkowo wyświetla datę.




### NOKIA 5130

**Wymiary:** 132 x 47,5 x 31 mm
**Waga:** 167g
**Bateria standardowa:** NiMH 900 mAh
**Czas oczekiwania:** 60-270 godz.
**Czas rozmowy:** 3-5 godz.
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** 5-liniowy
**Antena:** stała

Wielofunkcyjny przycisk Navi-Key ułatwia dostęp do menu; wymienne, kolorowe obudowy, wbudowane gry elektroniczne, możliwość łatwej współpracy także z komputerem stacjonarnym (przy wykorzystaniu zestawu Data Suite 1.2).




### MOTOROLA cd160

**Wymiary:** 159 x 58 x 30 mm
**Waga:** 241g
**Bateria standardowa:** NiMH 1100 mAh
**Czas oczekiwania:** do 80-90 godz.
**Czas rozmowy:** do 5-5,5 godz.
**Transmisja danych i faksów:** nie
**Wyświetlacz:** 2-liniowy
**Antena:** wysuwana

Aparat dwuzakresowy (GSM 1800/900), klawisz Szybkiego Dostępu ułatwia korzystanie z 9 najczęściej używanych funkcji, telefon może pracować przy wykorzystaniu baterii AA (popularnych „paluszków").







### ERICSSON PF768

**Wymiary:** 105 x 49 x 23 mm
**Waga:** 135g
**Bateria standardowa:** NiMH 650 mAh
**Czas oczekiwania:** do 60 godz.
**Czas rozmowy:** do 3 godz.
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** 1-liniowy
**Antena:** stała

Niewielkie rozmiary, klawiatura zabezpieczona klapką. Wbudowany zegar z funkcją budzika. Pięć wersji kolorystycznych.

### NOKIA 9000 Communicator




**Wymiary:** 175 x 64 x 38 mm
**Waga:** 397g
**Bateria standardowa:** Li-Ion 800 mAh
**Czas oczekiwania:** do 35 godz.
**Czas rozmowy:** do 3 godz.
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Antena:** stała, składana

Po otwarciu obudowy można korzystać z wbudowanego komputera. Ułatwia to transmisję danych, pomaga planować i organizować spotkania, sporządzać notatki, prowadzić terminarz, etc. Wbudowane łącze na podczerwień, zestaw głośnomówiący, kalkulator, zegar i kompozytor melodii dzwonka.



### MOTOROLA cd920







**Wymiary:** 130 x 55 x 26 mm
**Waga:** 145g
**Bateria standardowa :** Li-Ion 1000 mAh
**Czas oczekiwania:** 90-120 godz.
**Czas rozmowy:** 3,5-4,5 godz.
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** 4-liniowy
**Antena:** stała

Aparat dwuzakresowy (GSM 1800/900), klawisz Szybkiego Dostępu ułatwia korzystanie z 9 najczęściej używanych funkcji. Wbudowane urządzenie wibrujące, funkcja dyktafonu (nagrywanie do 3 minut wiadomości), zegar i informacja o dacie.




### ERICSSON S868




**Wymiary:** 130 x 49 x 26 mm
**Waga:** 172g
**Bateria standardowa:** NiMH 650 mAh
**Czas oczekiwania:** do 65 godz.
**Czas rozmowy:** do 3,5 godz.
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** 3-liniowy
**Antena:** stała

Aparat dwusystemowy (GSM 1800/900), doskonała jakość dźwięku (system EFR), możliwość komponowania własnych melodii dzwonka.



### NOKIA 6150




**Wymiary:** 129 x 47 x 28 mm
**Waga:** 142g
**Bateria standardowa:** Li-Ion 900 mAh
**Czas oczekiwania:** 55-260 godz.
**Czas rozmowy:** 2,5-4,5 godz.
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** 5-liniowy
**Antena:** stała

Aparat dwuzakresowy (GSM 1800/900), transmisja danych i faksów dzięki wbudowanemu łączu na podczerwień, możliwości współpracy z zestawem Data Suite 2.0. Funkcje organizatora (zegar, alarm, notatki, przypominanie o spotkaniach). Wbudowany kalkulator i gry elektroniczne.




### ERICSSON SH888

**Wymiary:** 130 x 49 x 22 mm
**Waga:** 195g
**Bateria standardowa:** NiMH 800 mAh
**Czas oczekiwania:** do 80 godz.
**Czas rozmowy:** do 4,5 godz.
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** 3-liniowy







**Antena:** stała

Wszystkie zalety modelu S868 (dwuzakresowość, ulepszony dźwięk, itd.), wbudowane łącze na podczerwień. Do zestawu podstawowego dołączany jest przewód RS 232 wraz z oprogramowaniem do transmisji danych.

# IDEA i NMT

## MOTOROLA StarTAC 85




**Wymiary:** 98,3 x 57,3 x 23 mm
**Waga:** 110g
**Bateria standardowa:** NiMH 500 mAh
**Czas oczekiwania:** 30-40 godz.
**Czas rozmowy:** 2-2,5 godz.
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** 4-liniowy
**Antena:** wysuwana
Aparat ma bardzo małe rozmiary, wbudowane urządzenie drgające, zegar i kalendarz. Interfejs PERSONALITY ułatwia dostęp do 9 najczęściej używanych funkcji.

## MOTOROLA c170

**Wymiary:** 159 x 58 x 30 mm
**Waga:** 235g
**Bateria standardowa:** NiMH 1100 mAh
**Czas oczekiwania:** 80-90 godz.
**Czas rozmowy:** 6-6,5 godz.
**Transmisja danych i faksów:** nie
**Wyświetlacz:** 2-liniowy
**Antena:** wysuwana
Klawisz Szybkiego Dostępu do 9 najczęściej wykorzystywanych funkcji, możliwość stosowania baterii AA („paluszków"). Zgodność akcesoriów z modelami c160, cd160 i c520. *Aparat dostępny w ofercie POP.*




## MOTOROLA c520

**Wymiary:** 140 x 50 x 27 mm
**Waga:** 170g
**Bateria standardowa:** NiMH 650 mAh
**Czas oczekiwania:** 55-60 godz.
**Czas rozmowy:** 2,5-3 godz.
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** 2-liniowy
**Antena:** stała
Klawisz Szybkiego Dostępu do 9 najczęściej wykorzystywanych funkcji, możliwość stosowania baterii AA („paluszków"). Zgodność akcesoriów z modelami c160, cd160 i c170. *Aparat dostępny w ofercie POP.*




## SIEMENS S11




**Wymiary:** 147 x 46 x 25 mm
**Waga:** 185g
**Bateria standardowa:** Li-Ion 1800 mAh
**Czas oczekiwania:** do 120 godz.
**Czas rozmowy:** do 10 godz.
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** kolorowy, 6-liniowy
**Antena:** stała
Bardzo wydajna bateria, funkcja dyktafonu (zapis do 20 sekund rozmowy), kolorowe książki telefoniczne (dla numerów prywatnych i służbowych).

## BENEFON SPICA

**Wymiary:** 145 x 56 x 23 mm
**Waga:** 240g
**Bateria standardowa:** NiMH 850 mAh
**Czas oczekiwania:** do 5 dni
**Czas rozmowy:** do 2 godz. 10 min
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** 6-liniowy
**Antena:** stała
Aparat z zegarem, budzikiem i kalendarzem, podaje także informację o godzinie odebrania lub wykonania połączenia, ma wbudowany wielofunkcyjny klawisz menu.




## NOKIA 540

**Wymiary:** 138 x 47 x 37 mm
**Waga:** 228g
**Bateria standardowa:** Li-Ion 1400 mAh
**Czas oczekiwania:** do 5 dni
**Czas rozmowy:** 1 godz. 55 min-4 godz. 25 min
**Transmisja danych i faksów:** nie
**Wyświetlacz:** 5-liniowy
**Antena:** stała
Aparat posiada bardzo wydajną baterię, wbudowany klawisz szybkiego dostępu do najczęściej wykorzystywanych funkcji oraz pamięć notatnikową.




## SIEMENS S8

**Wymiary:** 159 x 55 x 16-22 mm
**Waga:** 180g
**Bateria standardowa:** Li-Ion 1000 mAh
**Czas oczekiwania:** do 60 godz.
**Czas rozmowy:** do 4 godz.
**Transmisja danych i faksów:** nie
**Wyświetlacz:** 4-liniowy
**Antena:** stała
Klawisz informacyjny „i" ułatwia obsługę, a płaski kształt aparatu – jego przenoszenie. *Aparat dostępny w ofercie POP.*




W czerwonych ramkach aparaty NMT

## NOKIA 550

**Wymiary:** 138 x 47 x 37 mm
**Waga:** 228g
**Bateria standardowa:** Li-Ion 1400 mAh
**Czas oczekiwania:** do 5 dni
**Czas rozmowy:** 1 godz. 55 min-4 godz. 25 min
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** 5-liniowy
**Antena:** wysuwana
Duży, czytelny wyświetlacz, bezpośredni klawisz dostępu do poczty głosowej, pamięć notatnikowa, zegar z budzikiem, licznik czasu trwania rozmów.




## NOKIA 650

**Wymiary:** 136 x 47 x 30 mm
**Waga:** 170 g
**Bateria standardowa:** Li-Ion 1500 mAh
**Czas oczekiwania:** do 5 dni
**Czas rozmowy:** do 3 godz. 30 min
**Transmisja danych i faksów:** tak
**Wyświetlacz:** 5-liniowy
**Antena:** wysuwana
Najmniejszy aparat systemu NMT, wbudowane radio FM, 4 gry elektroniczne, kalendarz, kalkulator, dodatkowe akcesoria prawie w pełni kompatybilne z modelami serii 5100 i 6100.




*Opracowanie zestawienia: Daniel Opolski*

# Już 100 roamingów W IDEI!

**Z siecią Idea Centertel współpracuje już ponad 100 operatorów cyfrowych sieci GSM na całym świecie.**

W ciągu **14 miesięcy** od dnia otwarcia sieci, a więc w tempie **najszybszym** spośród wszystkich operatorów GSM, działających w Polsce, podpisaliśmy umowy roamingowe i pomyślnie zakończyliśmy testy z ponad **100 operatorami w 56 krajach na 4 kontynentach.**

Dla przypomnienia, pierwszy roaming uruchomiliśmy 14 kwietnia 1998 r. z duńską siecią Mobilix, a już pod koniec czerwca współpracowało z nami 16 operatorów. Swoisty rekord został pobity w grudniu, kiedy podłączyliśmy 21 sieci – łącznie oznaczało to zawarcie w 1998 r. 70 umów roamingowych.

Obecnie z telefonu Idei można korzystać w następujących krajach:

**Europa:**
Andora, Austria, Belgia, Bośnia i Hercegowina, Bułgaria, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Estonia, Finlandia, Francja, Gibraltar, Grecja, Hiszpania, Holandia, Irlandia, Islandia, Jugosławia, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Malta, Niemcy, Norwegia, Portugalia, Rosja, Rumunia, Słowacja, Słowenia, Szwajcaria, Szwecja, Turcja, Ukraina, Węgry, Wlk. Brytania, Włochy.

**Reszta świata:**
Australia, Azerbejdżan, Bahrajn, Egipt, Filipiny, Hong Kong, Indie, Indonezja, Izrael, Jordania, Katar, Liban, Makao, Malezja, Mauritius, RPA, Senegal, Singapur, Tajwan.

Przed nami kolejne wyzwanie – już wkrótce chcielibyśmy zapewnić Abonentom sieci Idea możliwość korzystania z telefonów w USA oraz Kanadzie, a także w tych krajach Ameryki Południowej, w których działają sieci cyfrowe.

Serdecznie zapraszam do korzystania z naszej oferty roamingowej.

*Beata Białkowska*
*Kierownik Ds. Roamingu*

W kolejnym, czerwcowym numerze „Profil-u", zamieścimy pełną listę partnerów roamingowych Idei. Dla wszystkich Abonentów, wybierających się na wakacje z telefonem Idea przygotowaliśmy specjalne niespodzianki...

Poniżej – roamingi nr 89-100.

## Indonezja



**PT Excelcomindo Pratama GSM 900**
Roaming od: 14.04.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 510 11
Telefony: 818, 021 575 9818, +62 21 575 9818 (BOK); 108, 102 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 1,87 (1,41)
Rozmowy do Polski: 11,80

## Islandia



**TAL GSM 900**
Roaming od: 16.04.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 274 02; TAL
Telefony: 570 6060, 800 6066, +354 570 6060 (BOK); 118, 114 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 1,56 (1,34)
Rozmowy do Polski: 5,00 (4,57)

## Jugosławia



**Mobtel GSM 900**
Roaming od: 27.04.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 220 01; MOBTEL
Telefony: 011 328 2149, +381 11 328 2149 (BOK); 180 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 3,24 wewnątrz sieci; 4,57 z innymi sieciami
Rozmowy do Polski: 13,65

## Jordania



**Fastlink GSM 900**
Roaming od: 10.05.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 416 01; FASTLINK
Telefony: 111, 551 2010, +962 6 551 2010 (BOK); 111, 121 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 1,19 (0,64) wewnątrz sieci; 1,58 (0,90) pozostałe sieci
Rozmowy do Polski: 6,63 (4,43)

## Katar



**Q-Tel GSM 900**
Roaming od: 19.04.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 427 01; Q-TEL
Telefony: 325 333, 325 952, 325 953, +974 360 023 (BOK); 180 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 0,57
Rozmowy do Polski: 10,83 (7,56)

## Mauritius



**Cellplus GSM 900**
Roaming od: 26.04.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 617 01; CELLPLUS
Telefony: 110, +203 7500, +230 203 7500 (BOK); 110, 90 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 0,20 wewnątrz sieci; 0,81 (0,70) z innymi sieciami
Rozmowy do Polski: 8,70 (7,61)
Opłata za rozmowy przychodzące: 0,30

## Niemcy



**VIAG Interkom GSM 1800**
Roaming od: 29.04.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 262 07; E2, VIAG
Telefony: 0800 55 222 55, +49 179 55 222 (BOK); 11833, 11834 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 3,65 (1,83)
Rozmowy do Polski: 3,65 (1,83)

## Rosja



**SCS 900 GSM 900**
Roaming od: 09.04.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 250 05
Telefony: 383 2 182 830, +7 383 2 182 830 (BOK); 8120 (informacja o numerach)
Rozmowy w obrębie Syberii: 6,78
Rozmowy do Polski: 9,17

## Senegal



**Sonatel GSM 900**
Roaming od: 27.04.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 608 01; ALIZE
Telefony: 600, 839 1700, +221 839 1700 (BOK); 12 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 1,79 (0,89)
Rozmowy do Polski: 7,59 (5,58)

## Szwajcaria



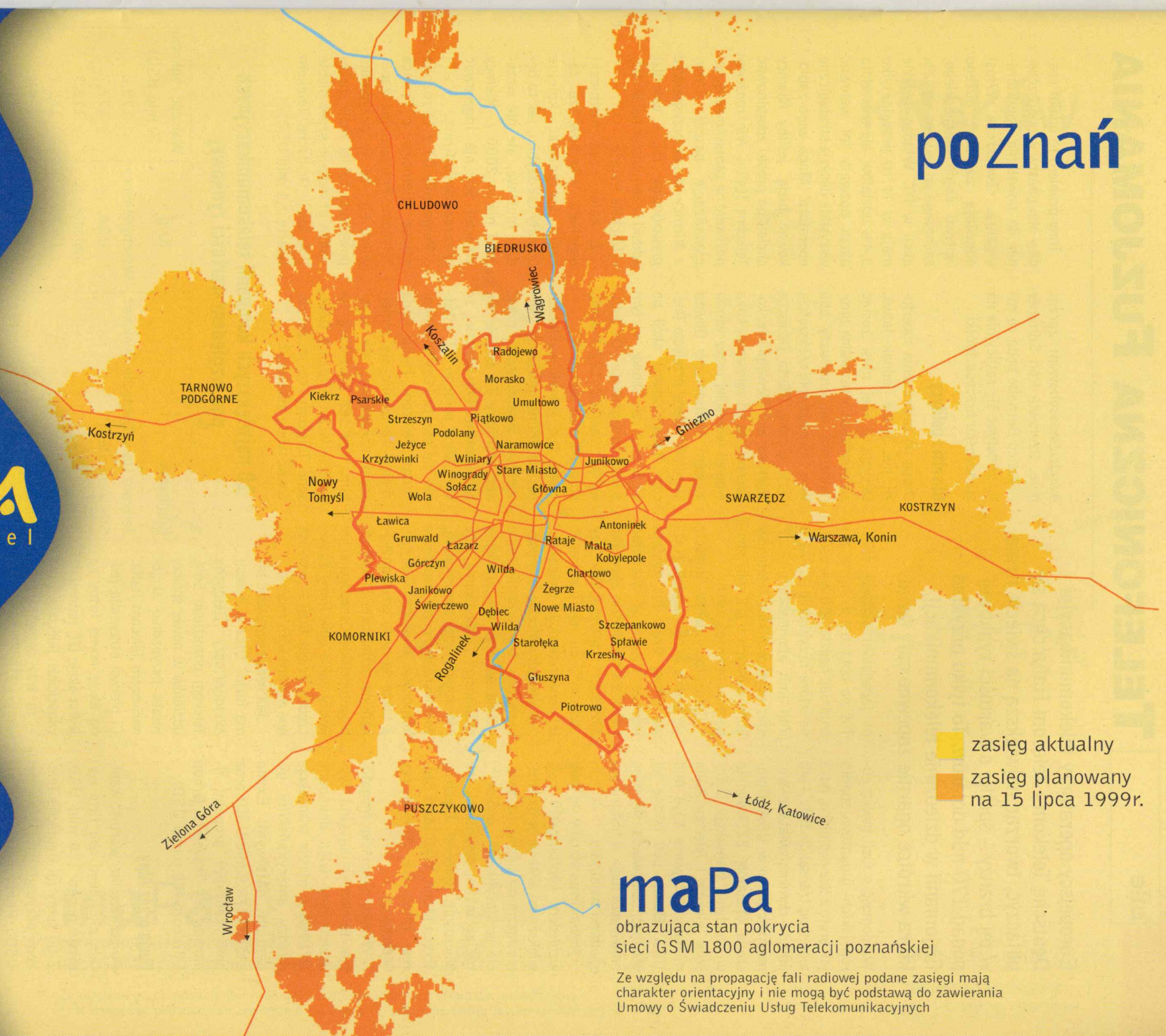
**diAx GSM 1800**
Roaming od: 12.05.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 228 02; DIAX
Telefony: 0800 300 600, +41 1 300 5850 (BOK); 111, 1151-54, 1159 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 2,12 (0,58) wewnątrz sieci; 2,12 (0,88) pozostałe sieci
Rozmowy do Polski: 4,60 (1,77)
Rozmowy przychodzące: 1,32

## Węgry



**Westel 900 GSM 900**
Roaming od: 19.04.99 r.
Kod (nazwa) sieci: 216 30; WESTEL
Telefony: 184, 06 1 265 9210, +36 1 265 9210 (BOK); 198, 199 (informacja o numerach)
Rozmowy w kraju: 1,16 (0,66) wewnątrz sieci; 1,41 (0,83) z innymi sieciami
Rozmowy do Polski: 3,32

Ceny podane w nawiasach dotyczą połączeń w godzinach poza szczytem. Wszystkie opłaty za połączenia podane są w złotówkach. Należy do nich doliczyć 15% narzutu administracyjnego i podatek VAT (22%) od narzutu (czyli – w uproszczeniu – 18,3%). Podane stawki ustalają poszczególni operatorzy i mogą one ulegać zmianom. Szczegółowe i aktualne informacje na temat stawek poszczególnych sieci można także uzyskać pod numerami bezpłatnych infolinii i w Internecie (www.idea.centertel.pl; plik w formacie MS Excel, ok. 300 kB).


poZnań
CHLUDOWO
BIEDRUSKO
Wągrowiec
Koszalin
TARNOWO PODGÓRNE
Kostrzyń
Radojewo
Morasko
Umultowo
Kiekrz
Psarskie
Strzeszyn
Piątkowo
Podolany
Jeżyce
Naramowice
Krzyżowinki
Winiary
Winogrady
Sołacz
Stare Miasto
Junikowo
Gniezno
Nowy Tomyśl
Wola
Główna
SWARZĘDZ
KOSTRZYN
Ławica
Antoninek
Warszawa, Konin
Grunwald
Łazarz
Rataje
Malta
Kobylepole
Górczyn
Wilda
Chartowo
Plewiska
Janikowo
Żegrze
Świerczewo
Dębiec
Nowe Miasto
Wilda
Szczepankowo
KOMORNIKI
Starołęka
Spławie
Krzesiny
Rogalinek
Głuszyna
Piotrowo
zasięg aktualny
zasięg planowany na 15 lipca 1999r.
Zielona Góra
PUSZCZYKOWO
Łódź, Katowice
Wrocław
maPa
obrazująca stan pokrycia
sieci GSM 1800 aglomeracji poznańskiej
Ze względu na propagację fali radiowej podane zasięgi mają charakter orientacyjny i nie mogą być podstawą do zawierania Umowy o Świadczeniu Usług Telekomunikacyjnych


IDEA
centertel

# Telefoniczna fuzjomania

**Europejscy operatorzy telekomunikacyjni Deutsche Telekom i Telecom Italia chcą się połączyć, tworząc największą na świecie firmę w tej branży – spółkę o wartości rynkowej ponad 170 mld dolarów. To tylko przykład fuzjomanii w dziedzinie telekomunikacji, która wkrótce ogarnie zapewne cały świat.**

Wiadomość o fuzji dwóch europejskich gigantów spadła jak grom z jasnego nieba, gdyż tego typu transakcje były – jak dotąd – domeną świata telekomunikacyjnego w USA. Ogłoszona oficjalnie 22 kwietnia w Londynie transakcja Deutsche Telekom i Telecom Italia miałaby być warta 81,4 mld USD. Biorąc pod uwagę jej wartość, zapowiada się więc największa fuzja w historii gospodarki światowej.

Nowa firma stałaby się (pod względem kapitalizacji) największą na świecie w dziedzinie łączności i ósmą na świecie w klasyfikacji „ogólnej", tuż za takimi gigantami, jak Microsoft, General Electric, Exxon/Mobil, Wall Mart Stores, Intel, BP Amoco czy Merck&Co.

Włosko-niemiecka megafuzja telekomunikacyjna wyprzedziłaby więc dokonane w 1998 r. głośne transakcje między amerykańskimi gigantami naftowymi Exxon i Mobil (78,9 mld USD) oraz amerykańskimi grupami finansowymi Travelers Group i Citicorp (72,6 mld USD).

## Fuzja przez Alpy

Po połączeniu, wartość kapitału akcyjnego obu firm wyniesie ponad 170 mld USD. Z tej sumy na Deutsche Telekom przypada ok. 106 mld USD. Przewidywane roczne przychody nowej spółki sięgną 70 mld USD, co obecnie stawia ją na drugim miejscu w branży telekomunikacyjnej po japońskim gigancie NTT. Tuż po połączeniu, firma zatrudniać będzie 300 tys. osób, na które przypadnie aż 71,5 mln linii abonenckich, 21,7 mln użytkowników telefonów komórkowych i 3,2 mln abonentów internetowych.

Centrala giganta mieścić się będzie w Niemczech. Nazwa nowej firmy nie została jeszcze ustalona, wiadomo tylko, że nie będzie zawierać określeń „niemiecki" czy „włoski", co ma podkreślić jej ponadnarodowy charakter.

Niemiecko-włoskie przedsiębiorstwo telekomunikacyjne stawia sobie za cel „globalną ekspansję". Zapowiada, że wkroczy na rynek amerykański, zdominowany przez tamtejsze korporacje telekomunikacyjne, a także na rynki latynoamerykańskie, azjatyckie i wschodnioeuropejskie. Oszacowano już kwoty, jakie obie firmy zaoszczędzą dzięki fuzji – wyniosą one miliard euro rocznie.

Jak będzie wyglądać sama fuzja? Otóż w rękach akcjonariuszy Deutsche Telekom pozostanie 56% udziałów w nowej spółce, reszta przypadnie akcjonariuszom Telecom Italia. Ci pierwsi otrzymają jedną akcję nowej firmy za jedną akcję DT, natomiast właściciele Telecom Italia – za trzy dotychczasowe akcje TI. Zakończenie transakcji zaplanowano do końca tego roku.

Obie firmy podzielą po równo miejsca w nowym, dwudziestoosobowym zarządzie. Szefowie Ron Sommer i Franco Bernabe będą co roku zmieniać się rotacyjnie na stanowisku prezesa spółki.

## Olivetti i politycy

Droga do zakończenia superfuzji nie będzie jednak łatwa. Decyzja o niej musi zostać zatwierdzona przez walne zgromadzenia akcjonariuszy obu firm, i to olbrzymią większością 90% głosów. Oferta Deutsche Telekom jest niewątpliwie korzystniejsza od zgłoszonej kilka tygodni wcześniej przez włoski koncern elektroniczny Olivetti „wrogiej" oferty przejęcia Telecom Italia (zakupu akcji po 11,5 euro za sztukę, w tym 6,92 euro w gotówce – DT gotowy jest zapłacić 12,03 euro), którą odrzucił zarząd TI.

Nie jest jednak wykluczone, że mimo gorszych perspektyw finansowych, część akcjonariuszy TI opowie się za Olivettim. Tym bardziej, że kurs akcji samego DT ostatnio się obniża. Czy akcjonariusze Telecom Italia będą chcieli zadowolić się mniejszym zarobkiem, ale szybkim, czy też poczekają na wejście w życie fuzji z Deutsche Telekom, co może potrwać wiele miesięcy?

Inny problem to udział rządów obu państw w dopuszczeniu do powstania operatora-giganta. Zwłaszcza Włosi obawiają się zbyt dużego wpływu rządu niemieckiego, zachowuje on bowiem aż 72% akcji w DT. Władze włoskie mają w TI co prawda tylko 3,4% udziałów, ale tzw. złota akcja pozwala im wetować wszystkie decyzje strategiczne operatora. Mogą więc zablokować fuzję, jeśliby Niemcy chcieli po prostu zdominować Telecom Italia. *Nie możemy pozwolić na zamaskowaną nacjonalizację naszej firmy, a Niemcy muszą przyspieszyć prywatyzację DT* – twierdzi włoski wiceminister łączności, – Michele Lauria.

Z kolei rząd niemiecki uspokaja Włochów, że zacznie sprzedawać kolejne udziały tak szybko, jak to będzie możliwe, ale nie wcześniej niż w 2000 r. Niemcy obiecali też nie ingerować w zarządzanie firmą.

Połączenie DT z TI rozbija sojusz Niemców z France Telecom. Francuzi już zapowiedzieli, że w przypadku powstania takiej fuzji sprzedadzą posiadane przez siebie 2% akcji Deutsche Telekom (warte 2,1 mld USD).

**10 największych kompanii telekomunikacyjnych pod względem wartości rynkowej**

| Kompania | Kraj | Wartość rynkowa (w mld USD) |
|---|---|---|
| Telecom Italia/Deutsche Telekom* | Włochy/Niemcy | 178,2 |
| SBC/Ameritech* | USA | 172,7 |
| NTT | Japonia | 172,3 |
| MCI WorldCom | USA | 155,2 |
| Bell Atlantic/GTE* | USA | 154,4 |
| AT&T | USA | 136,0 |
| Vodafone/AirTouch* | Wlk. Bryt./USA | 110,1 |
| British Telecom | Wlk. Brytania | 105,9 |
| France Telecom | Francja | 88,8 |
| Bell South | USA | 80,3 |

* Planowane fuzje
Źródło: Reuters Securities 3000.




## maPa

obrazująca stan pokrycia
sieci GSM 1800 aglomeracji krakowskiej

Ze względu na propagację fali radiowej podane zasięgi mają charakter orientacyjny i nie mogą być podstawą do zawierania Umowy o Świadczeniu Usług Telekomunikacyjnych

Dużą przeszkodą w całym procesie może być organ antymonopolowy Unii Europejskiej. Komisarz Unii ds. konkurencji, Karel Van Miert, uważa, że potencjalne połączenie obu telekomów stwarza poważne zagrożenie dla wolnej konkurencji. Zapowiedział, że dokładnie przyjrzy się temu, jak Niemcy i Włochy traktują zagraniczne firmy, usiłujące wejść na ich rynek. Postępowanie wyjaśniające może być bardzo długie i złożone. Potrwa co najmniej cztery miesiące.

### Po co łączyć ogień z wodą?

Prawdopodobnie wkrótce czeka nas fala fuzji w Europie. Niemal równolegle do Włochów i Niemców o planach fuzji poinformowali operatorzy z Norwegii (Telenor) i Szwecji (Telia). Powodem tego pędu do łączenia się jest liberalizacja rynków telekomunikacyjnych. 1 stycznia 1998 r. państwa Unii Europejskiej otworzyły całkowicie swe rynki na konkurencję wewnętrzną. Każdy operator państwa Unii może już działać na rynku innego członka Unii.

Powstało mnóstwo firm, nie związanych dotąd z telekomunikacją (np. w Niemczech Ancor i o.tel.o), które stały się zagrożeniem dla dotychczasowych monopolistów. Pojawili się też w grze operatorzy zupełnie nowego typu, pochodzący ze świata Internetu i telewizji kablowej. Nic dziwnego – telekomunikacja, komputery i telewizja coraz bardziej się przenikają. Ukuto nawet termin „infokomunikacja", obejmujący te wszystkie dziedziny, które rozwijają się 2 razy szybciej niż reszta gospodarki światowej.

Znakiem nowych czasów są też coraz częstsze fuzje operatorów telekomunikacyjnych z firmami komputerowymi i przedsiębiorstwami z branży rozrywkowej. Np. US WEST wykupił kilka lat temu udziały w firmie, która stworzyła królika Bugsa, zaś MCI – mniejszościowy udział u producentów kreskówki o Simpsonach.

Wielkie koncerny starają się zająć jak najlepsze pozycje startowe do nowych, liberalizowanych rynków w różnych regionach świata. To właśnie fuzje pozwalają na wzmocnienie sił, obniżenie kosztów i zaoferowanie nowych usług, a także prawdziwą miedzynarodową ekspansję, która staje się niezbędna, bo coraz trudniej o zyski na „rodzimych", mocno konkurencyjnych rynkach. W pierwszej dziesiątce największych fuzji na świecie ostatnich lat aż połowa to transakcje związane z telekomunikacją.

### Wszystko zaczęło się w Ameryce

Europa zaraziła się chorobą fuzji od Ameryki. Jeszcze w 1984 r. mogło się wydawać, że wszystko zmierza w zupełnie innym kierunku. Władze amerykańskie rozbiły monopol American Telephone and Telegraph (AT&T), wymuszając powstanie 7 firm lokalnych, tzw. Baby Bells. Oddzielono też możliwość świadczenia usług lokalnych od długodystansowych.

Lawina fuzji ruszyła w 1996 r., kiedy to Kongres uchwalił nową ustawę o telekomunikacji, chcąc pobudzić konkurencję na rynku. Operatorzy długodystansowi mogli już inwestować w lokalne sieci telefoniczne (rynek wart 100 mld USD rocznie) i odwrotnie. Firmy specjalizujące się w telefonii zyskały też prawo do wchodzenia na rynek telewizji kablowej.

Spowodowało to gwałtowną „koncentrację sił". Już 1 kwietnia 1996 r. decyzję o fuzji podjęły dwa „Baby Bells": SBC Communications i Pacific Telesis Group, obsługujące m.in. najbardziej zaludnione stany USA – Kalifornię i Teksas. Wartość transakcji osiągnęła 16,7 mld USD. Ale była to tylko przygrywka. W maju 1998 r. SBC zawarło porozumienie o fuzji z innym Baby Bell – Ameritechem, warte aż 62 mld USD. Powstał gigant o rocznych obrotach 41 mld USD i obsługujący 57 mln linii abonenckich. Rynkowa wartość firmy w chwili zawarcia umowy fuzji to 146 mld USD.

W ubiegłym roku połączyli się też dwaj inni amerykańscy potentaci – Bell Atlantic Corp. (40 mln linii telefonicznych w 13 stanach na północnym wschodzie i wschodzie USA) oraz GTE Corp. (21 mln abonentów w 28 stanach). Powstało gigantyczne przedsiębiorstwo o dochodach ok. 53 mld USD rocznie.

Najwięcej zamieszania wywołała jednak fuzja operatora długodystansowego MCI (drugiego pod względem wielkości w USA) z mało znaną firmą WorldCom ze świata Internetu.

Zaskoczenie było ogromne, bowiem MCI od roku prowadziło negocjacje z British Telecommunications, i wszystko było niemal zapięte na ostatni guzik. Początkowo uzgodniono, że Brytyjczycy przejmą 80% akcji MCI (mieli już 20%) za 24 mld USD. Jednak w sierpniu 1998 r. obniżyli o jedną czwartą swoją ofertę na wieść o pogarszających się wynikach finansowych MCI. Z okazji skorzystał WorldCom, płacąc więcej własnymi akcjami.

Ten rok zapowiada się pod względem fuzji co najmniej równie ciekawie, jak ubiegły. Amerykański operator AT&T wystąpił właśnie z ofertą przejęcia za 58 mld USD w gotówce i akcjach operatora MediaOne (dawniej US West). Ta ostatnia firma porozumiała się już wstępnie z operatorem sieci telewizji kablowej Comcast, ale oferta AT&T jest o 20% (9,8 mld USD) wyższa niż Comcastu i o 26% wyższa od obecnej wartości giełdowej MediaOne. AT&T przejęłoby też 4,5 mld USD długów MediaOne. W ub. roku AT&T kupiło największą na świecie sieć telewizji kablowej TCI za – bagatela – 55 mld USD.

### Fuzja w komórkach

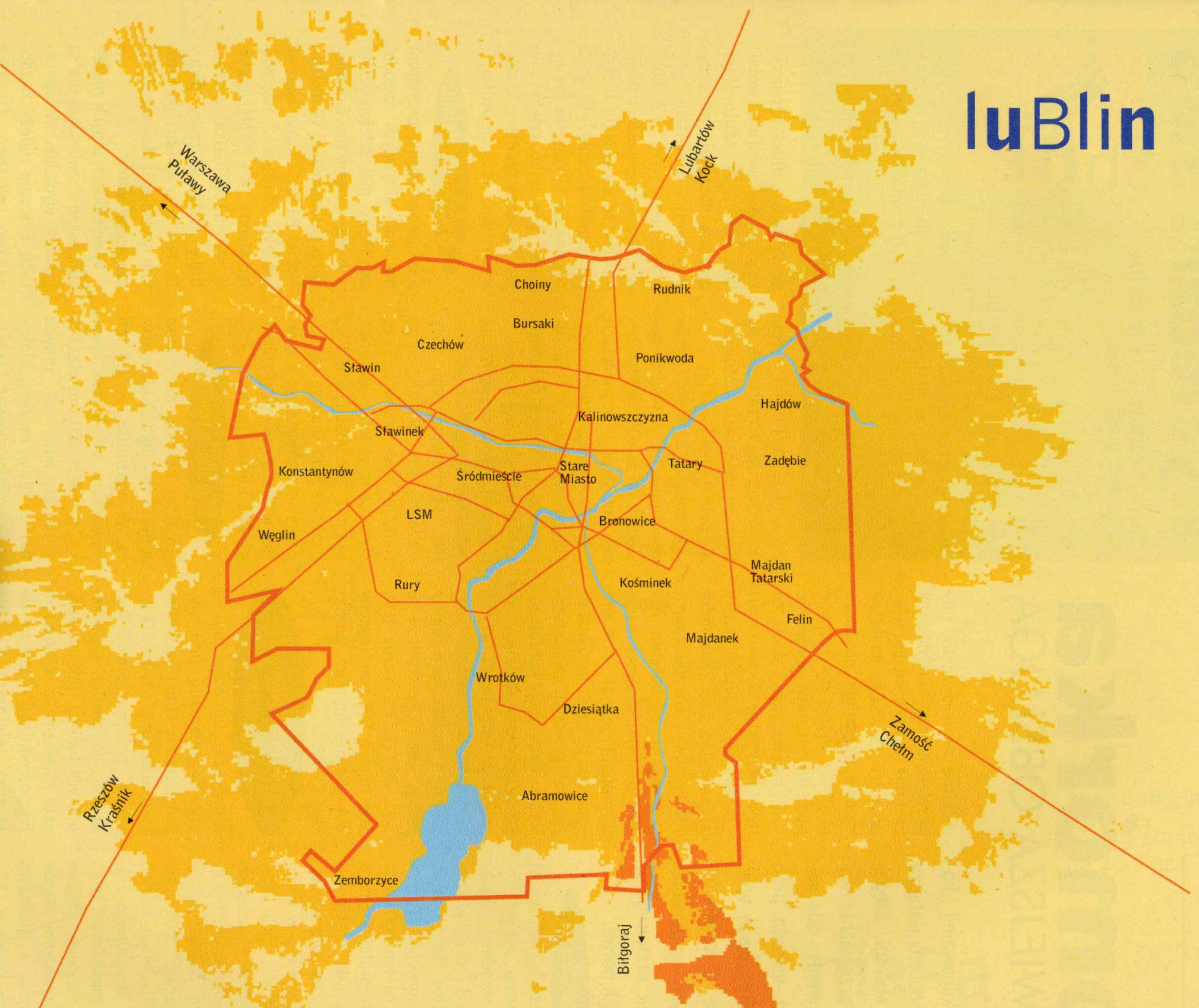
Łączą się już nie tylko operatorzy telefonii stacjonarnej, ale i właściciele sieci komórkowych. W trakcie finalizacji jest fuzja największego brytyjskiego operatora komórkowego Vodafone z amerykańskim gigantem AirTouch, ogłoszona w styczniu tego roku. Transakcja ma wartość 66,5 mld USD, a wartość rynkowa połączonej firmy o nazwie Vodafone AirTouch wynosi 110 mld USD. Jest to największa umowa o fuzji, zawarta między firmą europejską i amerykańską. W zabiegach o AirTouch Brytyjczycy pokonali amerykańskiego operatora Bell Atlantic.

Nowa firma będzie miała 23 mln abonentów na całym świecie. Zgodnie z porozumieniem, Vodafone zapłaci udziałowcom AirTouch po 97 USD za akcję (w postaci pięciu akcji Vodafone i 9 USD gotówką) i weźmie na siebie 4,5 mld USD długu AirTouch. W rankingu największych międzynarodowych fuzji, sporządzonym przez Securities Data Corp., związek Vodafone i AirTouch zajmie pierwsze miejsce przed transakcją dwóch potentatów naftowych Amoco i BP.

*Paweł J. Bielański*

# luBlin




## maPa

obrazująca stan pokrycia sieci GSM 1800 aglomeracji lubelskiej

Ze względu na propagację fali radiowej podane zasięgi mają charakter orientacyjny i nie mogą być podstawą do zawierania Umowy o Świadczeniu Usług Telekomunikacyjnych

- zasięg aktualny
- zasięg planowany na 15 lipca 1999r.

# Komórka
## Z ŁATWIEJSZĄ OBSŁUGĄ

**Do każdej kupowanej „komórki" producent dołącza instrukcję obsługi. Sięgamy do niej przeważnie niechętnie, i wtedy, gdy zawiedzie już metoda prób i błędów. Być może więc korzystanie z telefonów komórkowych poszczególnych marek ułatwi garść praktycznych porad.**

### Poczta głosowa

Ponieważ jest to najczęściej wykorzystywana usługa dodatkowa, producenci aparatów starają się jak najbardziej ułatwić dostęp do skrzynki poczty głosowej. Niemal w każdym telefonie (Nokia, Ericsson, Motorola, Siemens itd.), można taki dostęp samodzielnie zaprogramować. W tym celu, należy w menu aparatu odszukać opcje ustawień wiadomości głosowych i w miejscu oznaczonym najczęściej jako *Numer poczty głosowej* wpisać *501 (lub *99 – NMT). Jeżeli telefon nie posiada specjalnego klawisza, przeznaczonego tylko dla poczty głosowej, szybkie połączenie uzyskujemy zwykle po naciśnięciu i dłuższym przytrzymaniu klawisza „1".

### Krótkie wiadomości tekstowe SMS

Niemal równie popularna usługa co poczta głosowa to przesyłanie krótkich wiadomości tekstowych SMS. Korzystanie z funkcji SMS jest możliwe dopiero wtedy, gdy w telefonie zaprogramowany zostanie numer centrum wiadomości (SMSC). Niektóre modele pozwalają na zapamiętanie więcej niż jednego numeru centrum (domyślnie – w „macierzystej" sieci), co bywa przydatne w roamingu.

Aktualnie wszystkie karty aktywacyjne sieci Idea mają już w chwili zakupu zaprogramowany odpowiedni numer centrum. Starsze karty wymagają jednak czasami ręcznego podania tego numeru. Należy w tym celu odszukać w menu opcję konfiguracji *Wiadomości* (Nokia), *Komunikaty* (Motorola), *Wyślij* (Ericsson) lub *Poczta* (Siemens), i wpisać tam numer SMSC Idea Centertel: +48 501 200 777. Ważne jest, aby numer ten poprzedzony był właśnie polskim prefiksem „+48".

### Klawisze wielofunkcyjne (dialogowe)

Zazwyczaj umieszczane są one bezpośrednio pod wyświetlaczem. Niektóre telefony dysponują nie tylko klawiszami, przeznaczonymi wyłącznie do obsługi poszczególnych funkcji (jak np. aparaty Siemens z klawiszem bezpośredniego dostępu do książki telefonicznej), ale mają także wbudowane klawisze, ułatwiające poruszanie się po menu.

W aparatach Nokia (modele serii 5100 i 6100) oraz Ericsson, oddzielne klawisze z symbolami strzałek bezpośrednio przenoszą nas krok po kroku do funkcji menu (klawisze ze strzałkami są także w aparatach Motorola, ale pełnią inne funkcje).

Podobnie Siemens, poza wspomnianym szybkim dostępem do książki telefonicznej, udostępnił w modelach S6 i S8 klawisz, którego wciśnięcie wywołuje krótką instrukcję, opisującą działanie aktualnie wybranej funkcji.

Aparaty Motorola wyróżnia natomiast przycisk z symbolem skierowanej do góry strzałki. Pełni on taką samą funkcję, jak klawisze ze strzałkami w telefonach Nokia. W modelach StarTAC i cd920 jego funkcje są dodatkowo wzbogacone o graficzne ikonki, symbolizujące główne funkcje menu.

### Blokada klawiatury

Kolejna bardzo przydatna funkcja to blokada klawiatury. W aparatach, w których klawiaturę przykrywa klapka, problem jest rozwiązany automatycznie. W innych bardzo łatwo możemy blokować i odblokowywać klawiaturę, zapobiegając w ten sposób na przykład przypadkowemu wykonaniu połączenia.

W aparatach Nokia blokadę klawiatury uzyskujemy, wciskając klawisz opisany na wyświetlaczu jako *Menu*, a zaraz po nim „*". Siemensy wymagają dłuższego przytrzymania klawisza z symbolem „#". W Motorolach blokada następuje po przytrzymaniu klawisza „*" i wciśnięciu „#". Z kolei w aparatach Ericsson istnieje możliwość ustawienia blokady automatycznej. Włącza się ona po kilkunastu sekundach, gdy tylko telefon nie jest używany (w menu *Ustaw* należy wybrać opcję *Auto*).

### Wyciszanie telefonu

Funkcja szczególnie przydatna dla ludzi aktywnych zawodowo. Dzięki niej, telefon działa w trybie cichego powiadamiania o połączeniach. W modelu Nokia 8148i można wybrać ten tryb „skrótowo", naciskając *Menu* i „#". Z kolei aparaty serii 5100 i 6100 wyświetlają dostępne tryby pracy (w tym tryb *Milczy*) po krótkim naciśnięciu klawisza wyłączającego aparat.

W telefonach innych marek stosowane rozwiązania nie są już tak wygodne. W aparatach Ericsson należy każdorazowo wcisnąć strzałkę w prawo, wybrać *Głośn.Dzw.*, i ustalić głośność dzwonka za pomocą strzałek. W Siemensach wybieramy *Opcje*, następnie wciskamy „1", i jeszcze raz „1".

*Daniel Opolski*

# Wycieczki SMS

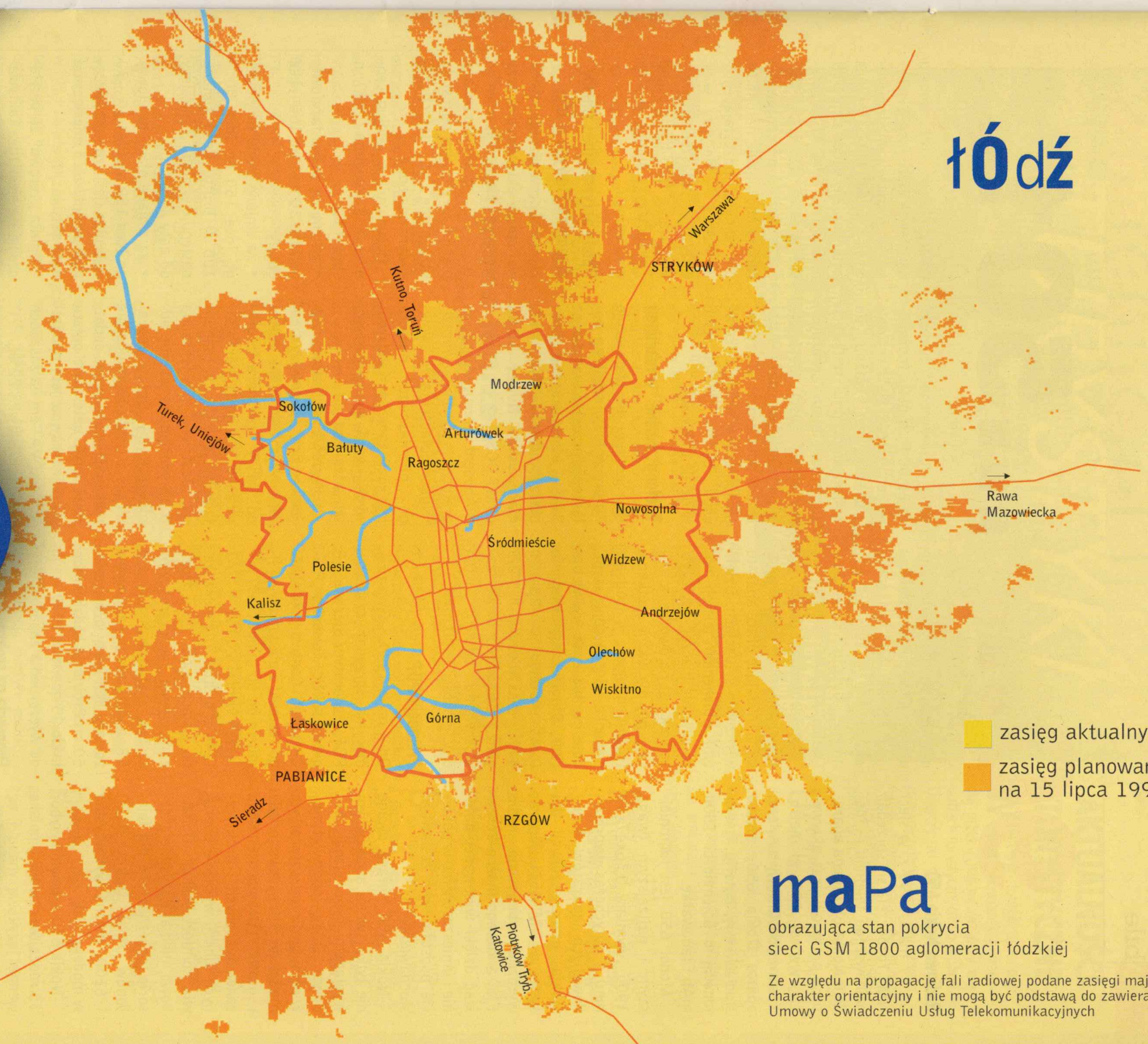
**Nowa, bezpłatna, wakacyjna usługa w sieci Idea.**




Przy współpracy z firmą VING, od 4 maja 1999 r. dla Abonentów sieci Idea dostępna jest nowa usługa, zawierająca najlepsze oferty wakacyjne.

Dzięki wykorzystaniu funkcji krótkich wiadomości tekstowych (SMS), każdy Abonent może otrzymywać aktualne informacje o różnych ciekawych ofertach, dotyczących wyjazdów wakacyjnych proponowanych przez biuro VING.

W celu aktywacji usługi należy wysłać jednorazowo SMS o treści „WYCIECZKI" pod numer 777.


łÓdź
Warszawa
STRYKÓW
Kutno, Toruń
Modrzew
Turek, Uniejów
Sokołów
Arturówek
Bałuty
Ragoszcz
Rawa Mazowiecka
Nowosolna
Śródmieście
Widzew
Polesie
Kalisz
Andrzejów
Olechów
Wiskitno
Łaskowice
Górna
PABIANICE
Sieradz
RZGÓW
Piotrków Tryb.
Katowice
zasięg aktualny
zasięg planowany na 15 lipca 1999r.
maPa
obrazująca stan pokrycia sieci GSM 1800 aglomeracji łódzkiej
Ze względu na propagację fali radiowej podane zasięgi mają charakter orientacyjny i nie mogą być podstawą do zawierania Umowy o Świadczeniu Usług Telekomunikacyjnych
IDEA centertel

# 90... ...501

## Radiowa Nokia 650

Od 17 maja 1999 r. w sieci NMT rozpoczęła się sprzedaż najnowszego telefonu – modelu Nokia 650. Cena aparatu w promocji wraz aktywacją wynosi 599 zł netto. Zestaw podstawowy zawiera: aparat Nokia 650, zestaw słuchawkowy, baterię litowo-jonową o pojemności 1500 mAh i ładowarkę.

Model 650 jest najmniejszym i najlżejszym (waga 190g, wymiary 136x47x30 mm) z dotychczas wyprodukowanych aparatów firmy Nokia, przeznaczonych dla systemu NMT450i. Aparat wyróżnia wbudowane radio FM, z którego można korzystać dzięki wysuwanej antenie i umieszczonemu w pakiecie podstawowym zestawowi słuchawkowemu.

Nokia 650 zwraca uwagę nie tylko swoim atrakcyjnym wyglądem i poręczną obudową. Duży, podświetlany, w pełni graficzny wyświetlacz mieści do 5 linii tekstu, cyfr i grafiki. Dostępność wielu zaawansowanych i praktycznych funkcji wyraźnie poprawia komfort obsługi. Dodatkowo, niemal wszystkie akcesoria, przeznaczone dla telefonów serii Nokia 5100 i 6100, można wykorzystać w modelu 650.

Nokia 650 zapewnia wybór 35 rodzajów dzwonka, polską wersję językową menu i aż 200 pozycji w alfanumerycznej książce telefonicznej. Aparat ten obsługuje funkcję identyfikacji numeru osoby dzwoniącej, ma wbudowany zegar, a dla połączeń międzynarodowych przewidziano ułatwienie w postaci prefiksu „+". Nokia 650 ma także wbudowane 4 gry elektroniczne, budzik, kalkulator i kalendarz.

Aparat pozwala ustalać indywidualne profile użytkownika, określające pracę aparatu w różnych sytuacjach. Dzięki tym ustawieniom telefon może dzwonić inaczej, gdy użytkownik jest na dworze, a inaczej, gdy ma ważne spotkanie (różna głośność i rodzaje dzwonka, odpowiednie symbole graficzne na wyświetlaczu). Długie czasy działania (czas gotowości: 28-120 godz., czas rozmów: 1,5-2,5 godz.) osiągnięto dzięki zastosowaniu baterii Li-Ion o pojemności 1500 mAh.

## Promocja POP

Od 4 maja 1999 r. trwa promocyjna sprzedaż zestawów POP z aparatem Siemens S8 przez sekcję Telesales PTK Centertel. Cena promocyjnego zestawu z początkowym limitem do 60 minut czasu połączeń wynosi 200 zł + VAT (244 zł brutto). Dla pierwszego tysiąca osób, które złożą zamówienie na promocyjny zestaw z aparatem Siemens S8, dodatkowo przygotowane zostały POPkarty o wartości 50 zł. Promocja będzie trwała do 15 czerwca 1999 r. lub do wyczerpania zapasów.

## Promocja na srebrne numery

Od 4 maja 1999 r. każdy Abonent, który zakupi aktywację w sieci Idea (z telefonem lub bez), ma możliwość wyboru łatwego do zapamiętania, „srebrnego" numeru za 25,00 PLN netto (normalna cena to 615 PLN netto).

Oferta jest ważna do wyczerpania puli srebrnych numerów. Lista srebrnych numerów jest dostępna w punktach sprzedaży. Ostateczne potwierdzenie, czy dany numer jest wolny, dokonywane będzie telefonicznie w dziale aktywacji.

## Telefony „dualne" w roamingu

W roamingu nie obowiązuje 70-procentowy rabat na połączenia/przekierowania oraz SMS-y, kierowane pod „bliźniaczy" numer telefonu w ramach usługi Numer DUAL (NMT-DCS).

Abonent przebywający za granicą i wykonujący/przyjmujący połączenia ze swojego „bliźniaczego" numeru jest rozliczany wg standardowych zasad roamingowych, tzn. płaci za:

• *połączenia wychodzące, kierowane pod „bliźniaczy" numer.* Wysokość opłat zależy od taryfy operatora zagranicznego dla gości, korzystających z jego sieci w roamingu. Jest ona powiększona o 15-procentowy narzut administracyjny. Opłaty zagraniczne z tytułu roamingu nie podlegają polskiemu podatkowi VAT, natomiast opłata administracyjna jest opodatkowana VAT-em na zasadach ogólnych (stawka 22%),

• *połączenia przychodzące z „bliźniaczego" numeru dualnego.* Jeśli operator nie pobiera osobnych opłat za połączenia przychodzące, Abonent płaci za przeniesienie połączenia do kraju pobytu wg stawek sieci Idea Centertel za rozmowy międzynarodowe („pełna" opłata za czas antenowy sieci Idea Centertel oraz opłata TP S.A. za połączenie zagraniczne).

Zasada 70-procentowego rabatu obowiązuje natomiast dla numeru „pozostającego" w Polsce – dotyczy więc wszystkich połączeń lub przekierowań z tego numeru pod „bliźniaczy" numer dualny w roamingu.

## Opłaty aktywacyjne i zmiany planów taryfowych w Idei

Mimo wprowadzenia zerowej opłaty aktywacyjnej przy wyborze planu taryfowego IDEA 50, stawki za zmiany planów taryfowych pozostają utrzymane na dotychczasowym poziomie.

Obowiązujące według cennika z 1 kwietnia 1999 r. stawki to:

• za zmianę planu taryfowego Idea 50 na Idea 150 – bez opłaty;

• za zmianę planu taryfowego Idea 150 na Idea 50 – 100 zł brutto (jeśli zmiana następuje w ciągu 3 miesięcy od daty aktywacji);

• za zmianę planu taryfowego Idea 150 na Idea 50 – 30 zł brutto (jeśli zmiana następuje po upływie 3 miesięcy od daty aktywacji).

Opłata „zerowa" za przyłączenie do sieci Idea (aktywację) obowiązuje bez względu na wybór planu taryfowego, ale jedynie w przypadku jednoczesnego zakupu telefonu.

*Opracowanie:*
*Krzysztof Adelt*

# Zmienne oblicze TURYSTYKI

**Ponad połowa biur podróży koncentruje swoje działania w Europie. W zeszłym roku dochody z turystyki na świecie wynosiły około 450 mld dolarów, z czego połowę podzieliły między siebie kraje europejskie. Polska zarobiła na turystyce 10 mld dolarów. Pozostaje tylko pytanie: czy to dużo, czy mało?**

W 1997 r. Polskę odwiedziło 87,8 mln obcokrajowców. To prawie pięć razy więcej niż siedem lat temu. Rok wcześniej Polska zajmowała ósmą lokatę w rankingu najczęściej odwiedzanych krajów świata, a wpływy z tego tytułu plasowały ją na czternastym miejscu. Większym zainteresowaniem cieszyły się pozostałe kraje europejskie, natomiast mniejszym np. Kanada, Australia czy Tajlandia. Polskę najchętniej odwiedzali Niemcy (49,5 mln osób), Czesi (16,8 mln), obywatele byłego Związku Radzieckiego (14 mln) oraz Słowacy (4,17 mln). Jak wynika z szacunków Instytutu Turystyki, niespełna 20 mln osób pozostało w Polsce więcej niż jeden dzień. Przeciętnie cudzoziemcy wydają około 100 dolarów dziennie (posiłki, paliwo, zakupy), natomiast dwa razy więcej wydają osoby, które decydują się na nocleg. Polska Izba Turystyki odnotowała ostatnio wzrost liczby przyjazdów do Polski obywateli z Litwy i Finlandii (o 20%), Belgii, Francji (10%), Grecji, Norwegii, Estonii, Włoch, Wielkiej Brytanii oraz Niemiec (6-8%), a nawet z Japonii i Korei. Zaobserwowany natomiast przed rokiem wzrost zainteresowania Polską Amerykanów znacznie zmalał, co wiąże się z konfliktem na Bałkanach. Wielu turystów zza oceanu odwołało rezerwacje biletów lotniczych i hoteli, i niewątpliwie wpłynie to na dochody rodzimych firm turystycznych. W 1998 r. Polskę odwiedziło o 3,6% mniej turystów niż rok wcześniej. Tendencje spadkowe w turystyce przyjazdowej zaobserwować można w Czechach (spadek o 3%), Australii (7,1%), Holandii (7,6%) oraz na Węgrzech (15%).

## Trudne decyzje

LICZBA krajowych wyjazdów wypoczynkowych od lat utrzymuje się na podobnym poziomie. Lecz chociaż w 1997 r. blisko 11,2 mln osób wyjechało na urlop, to badania ankietowe dowodzą, że tylko jeden na czterech Polaków wyjeżdża raz do roku na minimum tydzień. Większość rodaków decyduje się na wypoczynek w domu lub na podmiejskiej działce. Sporadycznie lub w ogóle na urlopy nie wyjeżdżają emeryci, renciści, bezrobotni, robotnicy niewykwalifikowani oraz rolnicy, dla których okres wakacji to czas intensywnych prac polowych. Na wypoczynek we własnych posiadłościach letnich decydują się najczęściej osoby starsze, które kiedyś pracowały na stanowiskach kierowniczych. W latach 70.

## Spełnienie marzeń

**Michał Szmyt, biuro podróży Itaka**

**Itaka znana jest na rynku jako biuro, które spełnia niekonwencjonalne marzenia, czy to prawda?**

Bardzo często organizujemy wycieczki dla osób, które same określają plan wojażu. Naturalnie im bardziej pomysły odmienne są od przyjętych standardów, tym więcej czasu potrzebujemy na przygotowania, ale nie odmawiamy nigdy.

**Czy sądzi Pan, że taka jest właśnie przyszłość polskiej turystyki?**

Nie. Klienci, którzy sami układają plan wypoczynku, stanowią zaledwie 1% obsługiwanych przez naszą firmę. Pozostali wybierają klasyczne wczasy w sprawdzonych kurortach, położonych w krajach śródziemnomorskich. W tym roku odnotowaliśmy duże zainteresowanie wycieczkami do Costa del Sol, natomiast nowością sezonu są wyjazdy objazdowe do Hiszpanii. Klienci wylatują samolotem, a powrót autokarem pozwala im zatrzymywać się przy najważniejszych zabytkach kraju. Od lat promujemy również Gomerę, wyspę kanaryjską, która nie cieszy się jeszcze dużym zainteresowaniem turystów, chociaż oferuje wypoczynek z dala od zgiełku, w niemal dziewiczych warunkach.

**Kim są ludzie, którzy decydują się na niekonwencjonalny wypoczynek?**

To osoby zamożne, które marzą, by pojechać w miejsce niedostępne dla innych. Często przeczytali o jakiejś ciekawej miejscowości w magazynach podróżniczych czy usłyszeli o niej w telewizji i pragną odwiedzić to miejsce. Dla takich klientów proponujemy na przykład Bali czy Mauritius.

**Czego klienci mogą spodziewać się w najbliższych latach?**

Staramy się przygotować tańsze oferty wyjazdów za ocean, być może uda się nam wyczarterować samoloty na korzystniejszych warunkach finansowych. Rodzimym biurom podróży podcinają skrzydła zachodnie firmy. Nie musząc płacić podatku VAT, są w stanie zaproponować klientom oferty nawet o 7% tańsze. Pozostaje mieć tylko nadzieję, że Polska Izba Turystyki zmieni istniejący stan rzeczy i wszyscy będziemy mogli konkurować na równych prawach.

## AKTUALNOŚCI TURYSTYCZNE

W połowie lutego zniesiony został obowiązek posiadania przez Polaków wiz przy wyjazdach turystycznych do Japonii. Dotyczy to tylko pobytów nie przekraczających 90 dni, zatem nadal o wizy starać się muszą osoby, które zamierzają podjąć pracę w kraju kwitnącej wiśni.

•••

Uganda nie będzie już wpuszczała podróżnych, którzy przed przybyciem do kraju nie postarali się o wizę. Do tej pory można ją było uzyskać na lotnisku lub w stolicy Entebe. Najbliższa ambasada Ugandy znajduje się w Moskwie.

•••

Polacy jadący do Meksyku będą musieli zapłacić 150 pesos (15 dolarów) za kartę migracyjną. Wykupić ją muszą wszyscy turyści, przekraczający granicę. W najbliższych dniach ma być zniesiony obowiązek posiadania przez Polaków wiz wjazdowych do Meksyku.

•••

Dyplomatyczna umowa z marca, zawarta pomiędzy Polską a Rumunią, wprowadza obowiązek posiadania przez podróżnych 30 dolarów na każdy dzień podróży. Przekraczając granicę, należy mieć przy sobie minimum 150 dolarów, natomiast na dzieci do 16 roku życia przypadać powinna co najmniej połowa tej kwoty.

•••

Australia, aby chronić rynek pracy, zamierza wprowadzić kaucję, której wysokość nie została jeszcze określona. Mieliby ją płacić wszyscy turyści, przekraczający granicę tego kraju.

•••

Polskie Linie Lotnicze LOT podpisały umowę z hiszpańskimi liniami Iberia oraz z British Airways. Dzięki temu turyści udający się do Hiszpanii lub Anglii będą mogli wybrać przewoźnika: skorzystać z rodzimego LOT-u lub polecieć zagranicznymi liniami.

i 80., gdy wycieczki zagraniczne były dostępne nielicznym, popularne było kupowanie działek letniskowych, położonych poza miastem. Często takie inwestycje traktowano jako dobrą lokatę kapitału.

OSOBY w starszym wieku cenią wypoczynek na letniskach położonych w pobliżu ich miejsc zamieszkania, wśród znajomych sąsiadów. Młodzi ludzie, którzy nie mogą pozwolić sobie na zagraniczne wojaże, korzystają z tej formy wypoczynku, choć uznają ją za mało atrakcyjną. Coroczne przyjazdy w to samo miejsce, koszty remontów i drobnych napraw oraz niebagatelne dziś niebezpieczeństwo kradzieży, to główne zastrzeżenia, dotyczące spędzania wakacji na działce, wysuwane przez mieszkańców miast. Większość z nich deklaruje chęć skorzystania z oferty jednego z siedmiu tysięcy polskich biur podróży, by poznać inne kraje i kultury.

W OSTATNICH latach Instytut Turystyki odnotował wzrost zainteresowania wyjazdami weekendowymi. Spośród ankietowanych przez Instytut Turystyki, aż 43% osób chętnie wyjeżdża na krótkie wypady, zatrzymując się najczęściej u rodziny lub znajomych. W ciągu 1997 r. na maksymalnie pięciodniowe wyjazdy udało się 13 milionów osób. Wzrasta także zainteresowanie ofertami biur podróży, które proponują weekendowe wypady za granicę. Jednak propozycji tego typu nie jest dużo, najczęściej ograniczają się one do wycieczek turystycznych do Wiednia lub Pragi.

W CIĄGU roku Polacy przeciętnie wydają na wakacje od pięciuset do tysiąca złotych. Pomimo kosztów, liczba osób wyjeżdżających za granicę z roku na rok wzrasta – z 22 mln w 1989 r. do ponad 49 mln w zeszłym roku. Większość z tych wyjazdów stanowiły krótkie, jednodniowe wypady do Niemiec, Czech, Rosji, Słowacji i Białorusi. Ponad 9,5 mln zagranicznych wyjazdów Polaków połączone jest z co najmniej jednym noclegiem, lecz niemal co trzeci wyjazd można zakwalifikować jako podróż służbowo-szkoleniową, której koszty pokrywa firma. Liczba osób kilkakrotnie korzystających w ciągu roku z ofert biur podróży również rośnie. Mieszkańcy dużych miast chętnie wyjeżdżają na wypoczynek zarówno w lecie, jak i zimą. Jednak są to osoby, których dochody są znacznie większe od przeciętnych. Wyjątkiem są studenci, którzy wybierają oferty najtańszych biur podróży, np. PTTK, Almatur, lub sami wybierają trasy wycieczek. Chętnie korzystają z różnego rodzaju zniżek, m.in. na bilety lotnicze, pociągi czy noclegi w schroniskach lub domach studenckich. Tylko 22% decyduje się na nocleg w hotelu średniej klasy, proponowany przez biuro. Na kempingach zatrzymuje się co dziesiąty Polak, przebywający w obcym

## Uroki wsi

**Wiesław Czerniec,**
**prezes Lubelskiego Związku Stowarzyszeń Agroturystycznych,**
**członek Zarządu Polskiej Federacji Turystyki Wiejskiej.**

**Agroturystyka nie jest jeszcze w Polsce tak popularna, jak na Zachodzie. Intensywnie się reklamuje, czy zatem można spodziewać się wzrostu zainteresowania tą formą wypoczynku?**
Mazury i Bieszczady cieszyły się i nadal cieszą dużym zainteresowaniem. Zdecydowanie mniejszą popularność odnotować można na Lubelszczyźnie. Dużo zależy od możliwości finansowych gospodarzy. Uważam jednak, że agroturystyka ma przed sobą dobrą perspektywę. To przecież przede wszystkim zdrowy styl życia, a coraz więcej ludzi zaczyna się interesować odpowiednią dietą i zdrowym sposobem spędzania czasu. Rozwój wiejskiej turystyki stwarza możliwość ściągnięcia środków finansowych z Unii Europejskiej, np. na program SAPAR. Odpowiednio zainwestowane pieniądze niewątpliwie wpłyną na jakość wypoczynku, np. kwater. Jeden z najważniejszych atutów agroturystyki to brak anonimowości gości w przeciwieństwie do hoteli. Stwarzamy naszym klientom rodzinną atmosferę, której tak często brakuje na co dzień.

**Jacy ludzie przyjeżdżają na wieś?**
Wypoczynek na wsi wzbudza zainteresowanie u ludzi, którzy dość mają zgiełku miast, szukają spokoju, odpoczynku i refleksji. Najczęściej są to osoby średnio zamożne, bo ludzie o wysokich dochodach skłaniają się raczej ku wycieczkom zagranicznym. Być może kiedyś dostrzegą uroki wsi. Bardzo często naszymi klientami są osoby, które niegdyś miały rodziny na wsi i pragną pokazać ten styl życia swoim dzieciom.

**Ile kosztuje dzienny pobyt w gospodarstwie agroturystycznym i jakich atrakcji spodziewać się mogą klienci?**
Ceny ofert są różne. Podyktowane są nie tylko regionem, ale także oczekiwaniami klientów. Jednak przeciętny koszt pobytu za dzień z pełnym wyżywieniem mieści się w granicach od 35 do 50 zł. Pokoje gościnne nie przypominają już tych sprzed lat. Telewizja satelitarna w gospodarstwach wiejskich przestała już być nowością, a wiele pokoi wyposażonych jest w osobną łazienkę. Naturalnie za ekstra atrakcje, jak np. za pieczonego prosiaka, trzeba zapłacić dodatkowo. Nowa ustawa o usługach turystycznych ograniczyła nieco nasze możliwości. Za popularne latem przejażdżki bryczką, lub zimą – saniami trzeba zapłacić już więcej niż kiedyś. Wychodząc poza granice gospodarstwa, jesteśmy traktowani jak organizator turystyki. Jeżeli zatem napiszemy, że oferujemy jazdę konno, to musimy odprowadzić stosowny podatek od tej usługi. Klientom zawsze jednak pozostaje indywidualna rozmowa z właścicielem gospodarstwa.





kraju. Jak wskazują statystyki, aż sześć na dziesięć osób decyduje się na indywidualny wyjazd.

## Tygrysi skok

ZGODNIE z ubiegłoroczną prognozą Światowej Organizacji Turystyki, turyści w tym roku wydadzą na wypoczynek ponad 620 mld dolarów. Gdyby utrzymały się obecne tendencje kilkuprocentowego (4-6%) wzrostu sprzedaży usług turystycznych, to za dwadzieścia lat podróżowałoby już półtora miliarda ludzi rocznie. Specjaliści przewidują, że z biegiem czasu turyści coraz mniejszym zainteresowaniem darzyć będą Europę. Naturalnie nadal pozostanie atrakcją turystyczną, jednak najczęściej odwiedzane będą jej centralne zakątki. Dla Polski rozwój turystyki nie jest bez znaczenia, bowiem państwo za jej pośrednictwem otrzymuje 1/3 dochodów z eksportu. Jednak aby Polska postrzegana była przez obcokrajowców jako atrakcyjny kraj, nie wystarczy inwestować w bazę noclegową, drogi oraz obsługę podróżujących. Konieczne jest promowanie kraju za granicą, choć naturalnie wiąże się to z dużymi nakładami finansowymi.

AKTUALNE tendencje wskazują, że w najbliższych latach najchętniej odwiedzanym kontynentem będzie Afryka. Już w zeszłym roku odwiedziło ją aż 25 mln osób. Ożywienie ruchu turystycznego na tym kontynencie niewątpliwie wiązać należy z ustabilizowaniem sytuacji w Republice Południowej Afryki. Prawdziwy tygrysi skok dokonał się w turystyce Madagaskaru, który okazał się hitem. Odwiedziło go 32% więcej turystów niż przed rokiem. Specjaliści uważają, że ta tendencja wzrostowa utrzyma się przez najbliższe lata.

JEDNAK przyciągnąć do kraju turystów to tylko połowa sukcesu. Sztuka leży w umiejętności sprawienia, by wydali jak największe pieniądze, a w tym mistrzami okazały się kraje Bliskiego Wschodu. W 1998 r. odwiedziło je przeszło 15,5 mln turystów, którzy zostawili tam 9,1 mld dolarów. Chociaż Liban, Jordanię i Egipt jeszcze rok wcześniej postrzegano jako kraje niestabilne, to w ostatnim sezonie cieszyły się one niezwykłym zainteresowaniem. Wydaje się, że także w tym roku popularność tego regionu nie osłabnie. Prawdziwy najazd turystów spodziewany jest w Izraelu. Już dziś, w warszawskim biurze Pol Paradise specjalizującym się w wyjazdach (nie tylko pielgrzymkowych) do tego kraju klienci rezerwują terminy wyjazdów na koniec bieżącego roku, a nawet na rok przyszły. Od lat bezkonkurencyjne są Indie, które pochłaniają 70% wpływów z turystyki. Największą nowością w ofertach, również polskich biur

## Polski koniec świata

**Zbigniew Bekalik, właściciel kempingu w Ustrzykach Górnych w Bieszczadach.**

**Co turysta znaleźć może na polskim końcu świata?**
Czeka tam na niego 200 miejsc noclegowych na polu namiotowym i w domkach. Dysponujemy także podłączeniami do przyczep kempingowych. Nie bez znaczenia jest położenie kempingu. Z tej części Bieszczad można szybko dostać się na Tarninę, Połoniny czy Małą Rawkę.

**Jaki jest standard Pańskiego kempingu?**
Czasy pionierskie to już przeszłość. Wyremontowane łazienki i toalety, zamontowane nowoczesne kabiny natryskowe służą turystom, którzy nie muszą się już obawiać, że zabraknie ciepłej wody. Goście chętnie wybierają dwuosobowe pokoje z aneksem kuchennym, gdzie mogą sami przygotowywać posiłki. Wszyscy turyści czują się u nas bezpiecznie, bo nie zdarzają się jeszcze na przykład kradzieże samochodów.

**Kiedy zaczyna się sezon i kto korzysta z Państwa usług?**
Pierwsi goście przyjeżdżają już w maju, ostatni opuszczają nas w październiku. Bieszczady to jeden z najczystszych regionów w Europie. Wypoczynek tak blisko natury kusi osoby, szukające spokoju i ciszy. W zeszłym roku wśród gości sensację wzbudziła czarnoskóra mieszkanka Stanów Zjednoczonych. Odwiedzają nas także goście z Niemiec, Francji, a nawet Australii. Obcokrajowcy są zadowoleni z pobytu, szczególnie, jeżeli uda im się zobaczyć wilka.

**Czy dla Polaków wypoczynek w Bieszczadach jest atrakcyjny?**
Z roku na rok zainteresowanie Bieszczadami rośnie. Przyjeżdża coraz więcej Polaków. Wielu ma już za sobą wakacje w Hiszpanii, Francji, Włoszech czy nawet za oceanem. Bieszczady są dla nich ucieczką od zgiełku miast i od zwiedzania w biegu kolejnych zabytków.

# AKTUALNOŚCI TURYSTYCZNE

LOT zrezygnował z obsługi zagranicznych lotów w Katowicach, zatem turyści będą musieli korzystać z lotnisk w Krakowie lub Warszawie.

•••

W Azji powstało nowe towarzystwo lotnicze – Mekong Air. Być może ożywi się turystyka Tajlandii, Birmy, Laosu, Kambodży, Wietnamu i Chin.

•••

Istambul Airlines inaugurował loty do Warszawy. Firma dysponuje 17 samolotami typu Boeing. Przeloty do Warszawy organizowane są dwa razy w tygodniu.

•••

Na początku tego roku otwarto cztery nowe przejścia graniczne pomiędzy Polską a Czechami – w Lutogniewicach, Niedamirowie, Radkowie i w Okrzeszowie. Ponieważ leżą na szlakach turystycznych, można je pokonać pieszo lub na rowerze.

•••

Aby móc poruszać się samochodem osobowym po czeskich autostradach, należy wykupić nalepkę na szybę za 800 koron. Opłata za auta cięższe niż 3,5 tony wynosi 4 tys. koron. W Austrii natomiast właściciele samochodów osobowych, za korzystanie z autostrad muszą zapłacić 550 szylingów, a za brak nalepki na szybie grozi kara w wysokości 1100 szylingów.

•••

W Bułgarii zagraniczni turyści płacą za każdą usługę więcej niż rodzimi. Na przykład opłata za noc w hotelu dla obcokrajowców jest czasami nawet trzykrotnie wyższa niż dla Bułgara, a korzystanie z kortu lub wyciągu narciarskiego nawet sześciokrotnie.

•••

Wizyta na Ukrainie wiąże się z koniecznością ubezpieczenia od kosztów leczenia. Za najtańsze trzeba zapłacić minimum 8 dolarów.

# Do Ziemi Świętej

**Robert Wyczółkowski, firma Pol Paradise**

**Biuro podróży Pol Paradise specjalizuje się w wycieczkach do Izraela. Jak sprzedaje się biblijny raj tuż przed końcem drugiego milenium?**

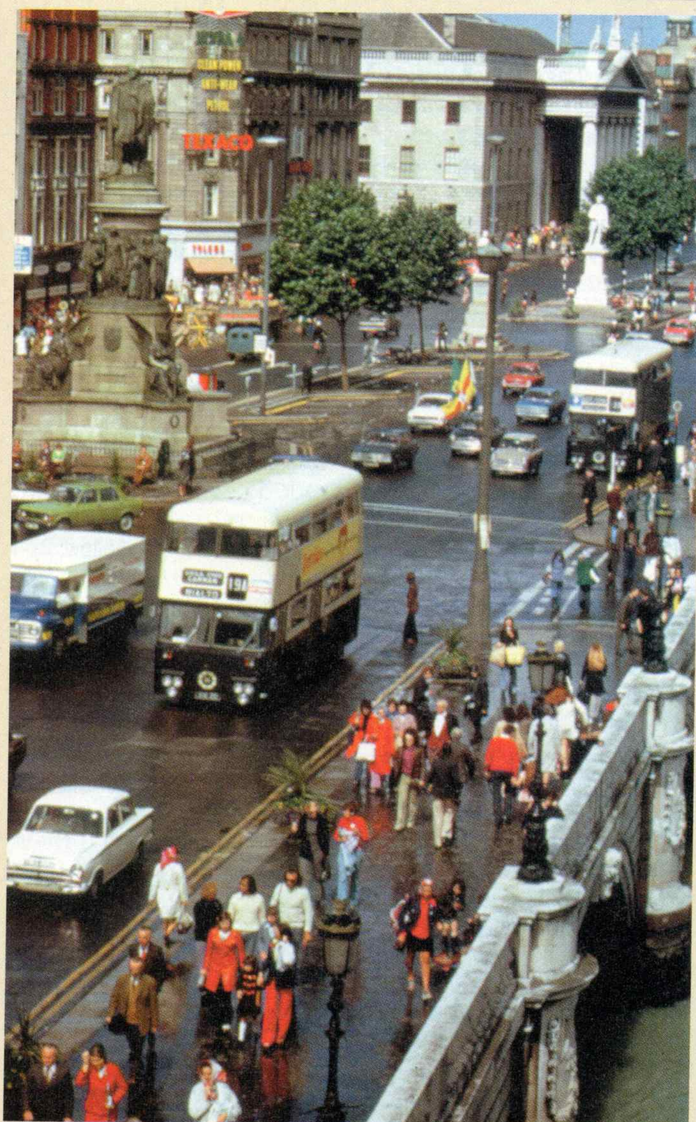
Izrael od wielu lat cieszy się nieustającym zainteresowaniem. Ale to przecież kraj bogaty w zabytki żydowskie, arabskie, chrześcijańskie i rzymskie. Obok wyjazdów o typowym charakterze turystycznym, coraz więcej osób wybiera się w rejon Morza Martwego w celach leczniczych.

**Czy duża jest konkurencja w organizowaniu wyjazdów do Izraela?**

Nasza firma jest przedstawicielem pallotyńskiego biura pielgrzymkowego z Jerozolimy, które działa od wielu lat. Dysponując własnymi hotelami i autokarami oraz sprawdzonym personelem, nie musimy obawiać się konkurencji. Klienci, wykupując u nas wycieczkę, nie muszą troszczyć się o przeloty, transport na miejscu, wyżywienie czy nawet o bilety wstępów do zabytków. Oferujemy kompleksową obsługę, tak by turysta nie czuł się niczym zaskoczony w czasie pobytu. Cieszą się popularnością zarówno wyjazdy leczniczo-pielgrzymkowe, jak i leczniczo-turystyczne. W Polsce największe zainteresowanie wzbudza ośmiodniowy pobyt, który jest atrakcyjny cenowo, a obejmuje kompleksową obsługę łącznie z wycieczkami fakultatywnymi, m.in. do Jerozolimy, Betlejem, Nazaretu.

**Czy spodziewają się Państwo wzrostu zainteresowania ofertami wyjazdów do Izraela w dwutysięcznym roku?**

Nie ukrywam, że spodziewamy się wzrostu sprzedaży wycieczek. Już teraz pracujemy nad przyszłoroczną ofertą i sądzę, że najpóźniej w sierpniu klienci będą mogli rezerwować wycieczki.



podróży jest Iran, który otworzył swe podwoje przed obcokrajowcami.

## Czynny wypoczynek

WEDŁUG analityków z *The Economist*, w ciągu najbliższych dziesięciu lat turystyka rozwijać się będzie intensywniej od pozostałych gałęzi przemysłu. Zmiany dostrzegalne będą w każdym regionie, choć tempo przebiegu procesu będzie zróżnicowane. Specjaliści przewidują, że w ciągu najbliższych 10 lat powstanie w turystyce około 100 mln nowych miejsc pracy. W 2010 r. największą popularnością cieszyć się mają kraje byłego bloku wschodniego, w tym Kuba, Chiny, Wietnam oraz Mongolia. Jeżeli ustabilizuje się sytuacja w państwach południowej Afryki, to również tam należy spodziewać się większej liczby turystów, którzy chętnie odwiedzą Zimbabwe, Tanzanię, Mozambik i Namibię. Analitycy Światowej Organizacji Turystyki uważają, że w wakacyjne wojaże najchętniej udawać się będą Niemcy, Japończycy, Amerykanie, Chińczycy oraz Brytyjczycy. Najpopularniejszymi krajami będą natomiast: Chiny, USA i Francja, która już dziś postrzegana jest jako najbardziej interesujący zakątek świata. Kraj nad Sekwaną w ubiegłym roku odwiedziło 70 mln osób. Specjaliści przewidują, że w najbliższym czasie wzrośnie zainteresowanie dalekomorskimi rejsami nowoczesnymi statkami wycieczkowymi. Choć dziś trudno mówić o popularności Antarktydy, to z roku na rok przyjeżdża tam coraz więcej turystów. Jeżeli ta tendencja będzie się utrzymywać, to niewątpliwie na lądolodzie wyrosną luksusowe kompleksy hotelów. Prawdopodobnie również na Syberię, kanadyjską tundrę i Antarktydę turyści wkrótce zaczną patrzeć przychylniejszym okiem, rośnie bowiem zainteresowanie czynnym wypoczynkiem.

W POLSCE przeżywają dziś rozkwit biura oferujące pobyt w skrajnie trudnych warunkach, survival czy wyprawy w górskie i leśne ostępy. Turyści znudzeni wylegiwaniem się na plażach lub zwiedzaniem w biegu kolejnych miast, szukają nowych atrakcji.

## Pierwsza dziesiątka

W ZESZŁYM roku Orbisowi zabrakło zaledwie 899 klientów, by biuro jako pierwsze przekroczyło magiczną liczbę 300 tys. uczestników imprez. Żadna inna firma w Polsce nie zdołała nawet zbliżyć się do tego wyniku. Drugi

# Wakacje dla najmłodszych

**Joanna Morawska, Biuro Usług Turystycznych BUT**

**Jakim rodzajem działalności turystycznej zajmuje się biuro?**

Specjalizujemy się w organizowaniu wypoczynku dla dzieci i młodzieży. Nasze oferty obejmują kolonie i obozy zarówno w polskich górach, na Mazurach czy nad morzem, jak i za granicą.

**Czy rodzice mogą wreszcie wysłać bez obaw swe pociechy na wakacje?**

Co roku zwiększamy standard usług. Wszystkie wynajmowane przez nas ośrodki są sprawdzane przed sezonem, nawet te, z których już korzystaliśmy. W opracowanym przez nas katalogu znajdują się ośrodki, które są owocem ośmioletniej działalności Biura Usług Turystycznych. Jest w czym wybierać, bo wiele z nich w ostatnich latach przeprowadziło remonty i zainwestowało w zakup nowego umeblowania. Dziś pokoje z łazienką są już niemal standardem.

**Jak zachęcić rodziców, aby wysyłali dzieci na wypoczynek w kraju, a nie za granicą?**

To rzeczywiście bardzo trudne, bo ceny są porównywalne. Jednak w Polsce możemy zorganizować więcej atrakcji. Wynajęcie autokaru na jeden bądź dwa dni w kraju jest zdecydowanie tańsze, niż np. we Włoszech.

**Jak zmieniać się będzie turystyka krajowa?**

Uważam, że najbliższe lata przyniosą przede wszystkim podwyższenie standardu wypoczynku. Coraz więcej osób zainteresowanych jest nie tylko leżeniem na plaży, znów modny jest survival. Nie tylko dzieci, ale także dorośli zainteresowani są czynnym wypoczynkiem. Poszukiwane są wyjazdy, w których oferuje się np. jazdę konną czy pływanie na żaglówkach. Już dziś większą popularnością cieszą się ośrodki wyposażone w korty tenisowe.

w kolejności jest brytyjski koncern Scan Holiday, z którego usług skorzystało przed rokiem 100 tys. Polaków. Dobry wizerunek Orbisu dopełnia fakt, że na trzecim miejscu w rankingu najpopularniejszych w kraju biur, opracowanego przez tygodnik *Wprost* i magazyn *Podróże*, znajduje się Gromada, w której Orbis ma 98% udziałów. Na kolejnych miejscach uplasowały się: Almatur, Interferie, Sigma Travel, Alpina Tour oraz Sport Tourist. Firmy te sprzedały od 40 do 60 tys. miejsc. Trudno jest je jednak porównywać, ponieważ niektóre z nich specjalizują się prawie wyłącznie w turystyce krajowej (Interferie), podczas gdy oferty np. Alpina Tour niemal zawsze związane są z wycieczkami zagranicznymi.

RYNEK dynamicznie podbijają duże, zagraniczne biura, które oferują wypoczynek przede wszystkim w krajach śródziemnomorskich. Ich działalność wywołuje protest rodzimych biur. Jest to zrozumiałe, ponieważ agenci zagranicznych firm, sprzedając w Polsce miejsca wypoczynkowe, nie muszą odprowadzać podatku VAT. Trzeba jednak przyznać, że ceny ofert krajowych biur podróży po wejściu na rynek Neckermana czy TUI znacznie zmalały. Nikogo nie dziwi zainteresowanie wielkich touroperatorów polskim klientem, bo w grę wchodzą naprawdę duże pieniądze. W zeszłym roku niemal każde zagraniczne biuro zarobiło około 20 mln marek, a przecież to dopiero początek. Ostra rywalizacja o klienta już się rozpoczęła. Oto na przykład w tym roku jedno z biur zaoferowało Polakom tygodniowy pobyt w Hiszpanii za 444 zł. Takich promocji klienci mogą spodziewać się coraz więcej. Biura będą również zmuszone do sprzedaży, szczególnie poza sezonem, prawdziwych ofert typu last minut. Prawdziwych, bo te dostępne obecnie przypominają raczej z góry zaplanowane promocje. Naturalnie, aby zmiany były odczuwalne – przede wszystkim dla klientów – najpierw rodzime firmy turystyczne muszą wzmocnić swoją kondycję finansową oraz nawiązać ścisłą współpracę z zagranicznymi kontrahentami.

*Krzysztof Mich*

*foto: autor i BE&W*



## Przygoda, a nie wygoda

**Dominik Górka, szef marketingu firmy Haxel Adventure Tours**

**Pańska firma reklamuje wyprawy przygodowe. Czy to oznacza, że nie jest tradycyjnym biurem podróży?**

Działamy na rynku od 1991 r., i chociaż organizujemy imprezy o stałych terminach wyjazdu, to nie jesteśmy typowym biurem turystycznym. Wysyłamy grupy liczące od 7 do 15 osób do najdalszych zakątków świata. Nasi klienci odkrywali Amerykę Południową, Azję, Afrykę, bardzo rzadko pojawiamy się w Europie. Zazwyczaj realizujemy indywidualne programy, nawet dla pojedynczych osób.

**Jakie były początki działalności firmy Haxel Adventure Tours?**

Pierwsze wyprawy organizowaliśmy do Uzbekistanu i Kirgizji. Dziś tam się już nie jeździ. Potem była Azja, wyjazdy do Indii, Nepalu, Chin, Tajlandii i Laosu. Od kilku lat organizujemy wyjazdy na czarny kontynent. Zawsze przygotowujemy dla turystów specjalne atrakcje, np. pływanie na krze na Grenlandii, ale także wypoczynek w luksusowych apartamentach w Oceanii.

**Kto najczęściej korzysta z waszych usług?**

Na udział w imprezach trampingowych decydują się ludzie młodzi duchem, którzy wyżej cenią przygodę niż wygody. Osoby bardzo zamożne o wyrafinowanych gustach i bardzo konkretnych wymaganiach zamawiają imprezy indywidualne. Ich oczekiwania znacznie wybiegają poza wylegiwanie się na plaży. W ostatnich miesiącach często zgłaszały się do nas poważne firmy, które zlecają nam przygotowanie specjalnych programów dla swoich pracowników. Ich zdaniem ta forma nagrody motywuje do pracy. W takich przypadkach często proponujemy wpisanie do programu fabularnej gry przygodowej – przeniesienie w rzeczywistość wirtualnych gier komputerowych. Pracownicy bawiąc się, jednocześnie poznają swoje umiejętności, uczą się działać w zespole.

**Takie wyjazdy są naturalnie dość drogie, czy nie tracą Państwo przez to wielu klientów?**

Podróżowanie na raty nie jest już dziś problemem. Wiele banków specjalizuje się w udzielaniu kredytów specjalnie na ten cel, a my także oferujemy wiele zniżek. Często klienci z góry określają nie tylko atrakcje, jakich się spodziewają, ale także kwotę, jaką zamierzają wydać na wypoczynek. Jeżeli znając te dane podejmiemy się organizacji, to gwarantuję, że określony próg finansowy nie zostanie przekroczony.

## AKTUALNOŚCI TURYSTYCZNE

Z kartą „Budapeszt" można przez dwa-trzy dni taniej zwiedzać stolicę Węgier. Dostępna w biurze turystycznym lub informacji turystycznej, uprawnia do bezpłatnej jazdy metrem i innymi środkami transportu oraz do bezpłatnego zwiedzania muzeów i zoo. Właściciel karty może liczyć na 50% zniżkę przy autokarowym zwiedzaniu miasta i na zniżki na imprezach folklorystycznych. Karta kosztuje od 2 do 2,5 tys. forintów.

•••

W tym roku wzrosła cena biletów za wstęp do kaplicy Sykstyńskiej i muzeów watykańskich. Ceny biletów wynoszą od 12 do 18 tys. lirów. Uczniowie i studenci mogą liczyć na zniżki, a w ostatnią niedzielę miesiąca dla wszystkich wstęp jest bezpłatny.

•••

W zeszłym roku najczęściej odwiedzane miejsca na świecie znajdowały się w Paryżu lub w jego okolicach. Były to: EuroDisneyland (11,7 mln gości), katedra Notre Dame (10 mln) i centrum Pompidou (7,3 mln).

•••

Najdroższym hotelem na świecie jest rzymski Excelsior. Jedna noc w dwupoziomowym apartamencie o powierzchni 110 metrów, wyposażonym w osobną windę, taras widokowy oraz piwnicę ze 160 butelkami wina kosztuje 18 tys. marek.

•••

Polski MSZ odradza podróże do Jugosławii i krajów z nią sąsiadujących. Sugeruje także zachowanie powściągliwości przy podejmowaniu decyzji o podróżach do Turcji. Na amerykańskiej liście państw, które turyści winni omijać, znajdują się kraje islamskie i afrykańskie. Szczególnie odradza się wyjazdy do: Algierii, Egiptu, Kongo, Ugandy oraz do republik rosyjskich, w których dominuje Islam.

# WITamy i szkolimy

**Z Wiesławem Piegatem, dyrektorem Biura Zarządu Warszawskiej Izby Turystyki, rozmawia Krzysztof Mich.**

**Czym zajmuje się Warszawska Izba Turystyki?**

Doradzamy naszym potencjalnym klientom, jaką firmę powinni wybrać, aby uniknąć nieprofesjonalnych biur podróży, które świadczą usługi niedostatecznej jakości. Organizujemy także dla pracowników firm turystycznych szkolenia i targi. Pragniemy zarówno służyć radą klientom, jak i wspomagać działania biur. Wraz z kancelarią adwokacką opracowaliśmy wzory umów, które spełniają wymogi nowej ustawy turystycznej.

**Ile biur podróży jest obecnie zrzeszonych w Warszawskiej Izbie Turystyki?**

Zrzeszamy około 100 firm. W głównej mierze są to biura o charakterze rodzinnym. Małe, kilkuosobowe firmy, ale obok nich są również tour-operatorzy, np. Triada, Ricardo czy Inkon. Te ostatnie oferują warszawiakom bogaty wybór wycieczek. Biura współpracujące z nami z roku na rok działają skuteczniej. Ich członkostwo w Izbie wiąże się z prestiżem, lecz nie mają z tego tytułu żadnych ulg.

**Zatem większość zwracających się do Państwa biur to małe firmy?**

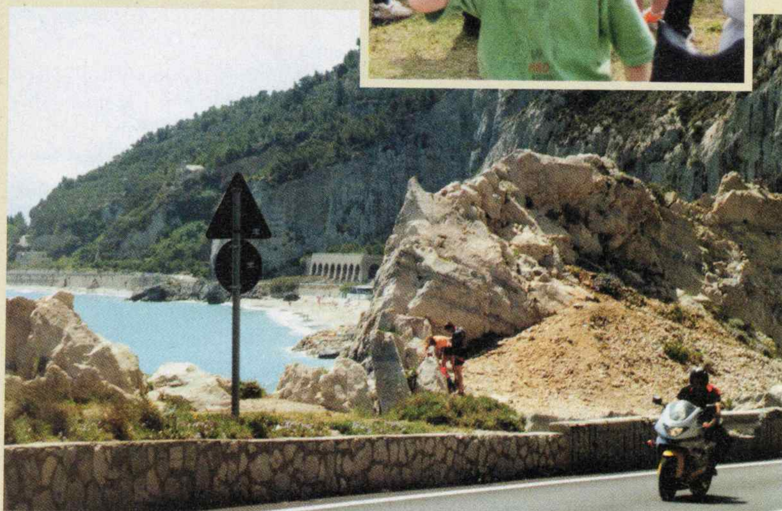
Tak, to prawda. Najczęściej pomocy szukają małe biura, których właściciele nie mają czasu na śledzenie wszystkich zmian, zachodzących w turystyce w Polsce i na świecie. Podczas wdrażania przepisów ustawy o usługach turystycznych pracownicy Izby na bieżąco przekazywali informacje zainteresowanym oraz przeprowadzali szkolenia. Otrzymywaliśmy wówczas bardzo dużo pytań związanych z kwestiami podpisywania umów o odpowiedzialności cywilnej biur czy umów gwarancyjnych. Na wiele pytań odpowiadaliśmy razem z pracownikami towarzystw ubezpieczeniowych.

**Czy obowiązek ubezpieczenia działalności turystycznej spotkał się z przychylnym przyjęciem właścicieli firm?**

Dyskusje nad ustawą trwały lata. Oponentów naturalnie było wielu, bo pierwsze przymiarki prawne sugerowały, że uzyskanie koncesji wiązać się będzie z wysokimi opłatami. Tymczasem okazało się, że ubezpieczenia nie są aż tak uciążliwe. Na przykład biuro ubezpieczając 1000 klientów, którzy w ciągu roku będą obsłużeni w kraju i za granicą, musi liczyć się z opłaceniem składki w wysokości około 1500 zł. Nie jest to zatem bardzo duża kwota. Z Wartą, towarzystwem ubezpieczeniowym, które jako jedno z pierwszych przygotowało ofertę dla biur podróży, umowy podpisało już około 300 biur. Uważam, że jest to sukces nie tylko Warty i promocji, jaką przygotowała, ale także wynik przeprowadzonych przez nas szkoleń.





**Co mają gwarantować zebrane pieniądze?**

Zgodnie z ustawą, pieniądze te mogą zostać przeznaczone do dwóch celów. Po pierwsze, dzięki nim grupa turystów przebywających za granicą zostanie sprowadzona do Polski w sytuacji, gdy np. biuro nie opłaciło dla niej noclegów, autokar uległ awarii czy firma zawiesiła działalność. Po drugie, pieniądze te mają pokryć ewentualne roszczenia klientów z tytułu nienależycie wykonanych usług. Gdy postanowienia sądu cywilnego są korzystne dla klienta, wówczas towarzystwo ubezpieczeniowe winno wypłacić mu odszkodowanie, przyznane przez sąd. Nie oznacza to jednak, że skoro biuro nie płaci z własnej kieszeni, to nie będzie dążyło do utrzymania wysokiej jakości usług. Jeżeli skargi będą zbyt często kierowane pod adresem firmy turystycznej, musi się ona liczyć z podwyższeniem składek, wyznaczanych przez obsługujące ją towarzystwo ubezpieczeniowe. Koszty rosną i działalność przestaje być opłacalna, warto zatem być wiarygodnym partnerem dla towarzystwa.

**Jak na zmieniającym się rynku turystycznym ma się odnaleźć klient?**

Uważamy, że nic tak nie reguluje działań prowadzonych na rynku, jak



**PTE SKARBIEC EMERYTURA**

Członek Grupy BRE Banku

# SKARBIEC PRZYSZŁOŚCI




## – Tu jest życie!
## – Właśnie odkryliśmy Skarbiec Przyszłości!

... i ty odkryj swój Skarbiec, byś mógł długo cieszyć się życiem. Być może stoisz właśnie przed wyborem – komu powierzyć swoje pieniądze, by zagwarantować sobie dostatnią przyszłość. Być może przeżywasz rozterki podobne do tych, które mieli nasi bohaterowie, gdy wybierali się w kosmos. Jeśli wybierzesz PTE Skarbiec – Emerytura, możesz być spokojny. Jesteśmy nowoczesną firmą, działającą w silnej grupie kapitałowej. Nasi akcjonariusze – BRE Bank i Hestia Insurance – mają bogate doświadczenie i odnoszą znaczące sukcesy. Wykorzystujemy najnowocześniejszą technologię i wiedzę o rynkach finansowych.

**Połącz się z nami:**
**0 800 503 503**
www.skarbiec-emerytura.pl

Centrala:
PTE Skarbiec - Emerytura SA, ul. Św. Barbary 1, 00-686 Warszawa

Biura Regionalne:
Białystok (085) 732 12 75, Bydgoszcz (052) 22 80 77, Gdańsk (058) 344 05 88, Katowice (032) 251 86 15, Kielce (041) 331 42 26, Kraków (012) 425 15 62, Lublin (081) 533 23 38, Łódź (042) 659 42 87, Olsztyn (089) 527 98 47, Opole (077) 454 05 78, Poznań (061) 847 82 12, 826 04 32, Radzionków (032) 389 87 15, Rzeszów (017) 853 50 72, Szczecin (091) 460 90 04, Warszawa (022) 843 26 95, 664 39 70, 812 63 19, Wrocław (071) 373 22 58, Zielona Góra (068) 323 63 69 w. 114.

świadomość klienta, który powinien wiedzieć, czego wymagać od biura. Przede wszystkim, przed skorzystaniem z oferty biura warto poprosić o okazanie zezwolenia na działalność, które wydaje wojewoda. Zezwolenie to oznacza, że właściciel firmy pracował w turystyce minimum cztery lata, nie był karany, i wykupił polisę ubezpieczeniową od odpowiedzialności cywilnej lub umowę gwarancyjną. W sytuacji, gdy klient będzie miał zastrzeżenia co do usług i sąd potwierdzi jego roszczenia, wówczas nie będzie obawy, że „firma-krzak" nie wypłaci mu odszkodowania. Zrobi to towarzystwo ubezpieczeniowe. Pracownicy Warszawskiej Izby Turystycznej starają się edukować klienta i wprowadzić go w tajniki nowej ustawy turystycznej, którą przecież oceniono jako zgodną z wymogami Unii Europejskiej.




**Czy to znaczy, że polscy klienci będą w przypadku reklamacji traktowani tak, jak na przykład Niemcy?**

W Niemczech zastosowano nieco inne rozwiązanie. Sądy i biura mogą posiłkować się tzw. tabelą frankfurcką. Znajdują się w niej ściśle określone procentowe upusty, jakie powinny być zastosowane przez biuro, gdy nie dopełniło ono warunków umowy. Na przykład, jeżeli klient wykupił w firmie turystycznej nocleg na Krecie w pokoju z widokiem na morze, a takowego nie otrzymał, wówczas po powrocie do kraju biuro powinno mu zwrócić od 10 do 20% kosztów wycieczki. Niemieckie biura podróży same wypłacają odszkodowania, a w sytuacjach niejasnych zwracają się do sądów, które także posiłkują się tabelą frankfurcką. Gdy wszystkie sprawy proceduralne związane z ustawą, jak również wprowadzenie aktów wykonawczych, zostaną ukończone, wówczas opracujemy podobną tabelę.

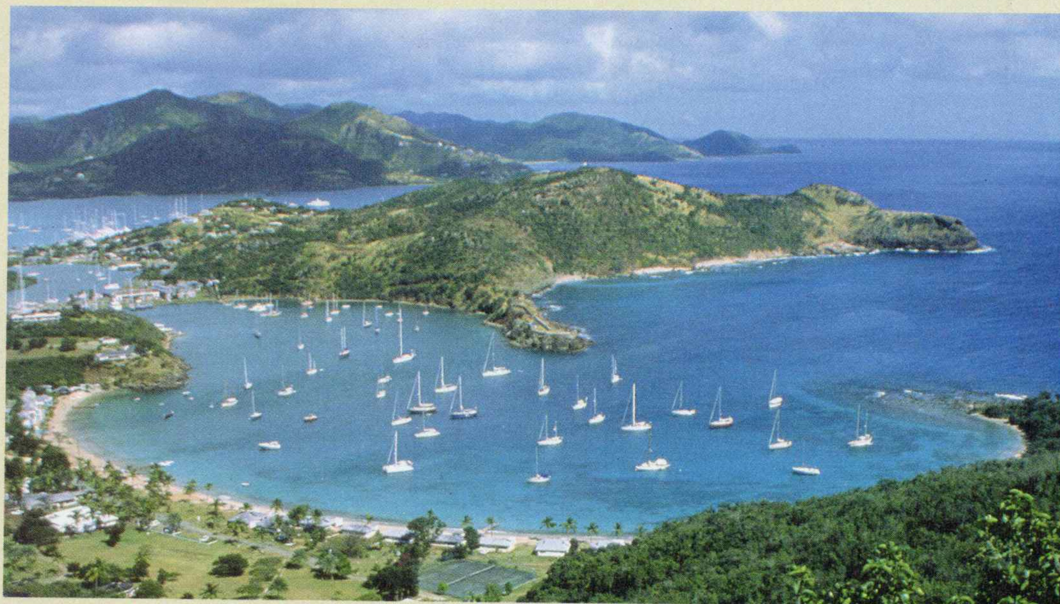
**Na co jeszcze klienci powinni zwracać uwagę?**

Zgodnie z ustawą, w katalogu czy ofercie programowej imprez biuro musi dokładnie wykazać, za co klient płaci. Wszystko to potem powinno być wyszczególnione w umowie. Przede wszystkim jednak klienci powinni zadawać pytania. Wielu z nich po raz pierwszy wyjeżdża za granicę i nie każdy wie, że śniadanie kontynentalne to zaledwie grzanka z dżemem i herbata lub kawa. Również bufet szwedzki czy obiadokolacja to nieznane ludziom jeszcze pojęcia. Znając powszechnie przyjęte normy żywieniowe, turyści wiedzą, ile pieniędzy powinni przeznaczyć na ewentualne dodatkowe posiłki, w przeciwnym razie urlop może się okazać nieudany. Warto również zwrócić uwagę na klasę hotelu. W umowie powinno być wyszczególnione, czy to będzie np. hotel dwu- czy trzygwiazdkowy. Dodam, że w hotelarstwie nie ma takiego określenia, jak hotel turystyczny.

**Niemniej hotel turystyczny, to określenie, które nadal znaleźć można w katalogach.**

To już nie jest zgodne z ustawą, w myśl której w umowie powinna znaleźć się kategoryzacja hotelu. Należy jednak mieć na uwadze, że standardy trzygwiazdkowego hotelu w Niemczech czy Francji nie będą takie same, jak np. w Egipcie. W Kairze, hotel trzygwiazdkowy zostałby zakwalifikowany przez polską normę, jako dwugwiazdkowy, ale o tym turyści powinni wiedzieć przed wyjazdem. Unikną wówczas frustrujących na wakacjach sytuacji, kiedy to licząc na łazienkę, będą mieli w pokoju dostęp najwyżej do umywalki.

Organizując targi turystyczne staramy się, aby klienci mieli szansę poznać różne oferty, i aby dokładnie poznali proponowane im atrakcje. Zawsze warto zasięgnąć opinii rodziny czy znajomych, którzy gościli już w kraju, z którym wiążemy wakacyjne plany. Rzadko zdarza się, aby firma o dobrej renomie zawiodła. Najczęściej, jeżeli klienci są zadowoleni z urlopu zorganizowanego przez biuro, to skorzystają powtórnie z jego usług.



**Zdarzają się jednak sytuacje, kiedy klienci wybrali renomowane biuro, lecz z wakacji wrócili niezadowoleni?**

Niestety, nie da się uniknąć takich sytuacji. Specyfika polskich biur leży nie w tym, że oszukują, lecz po prostu nie zapinają wszystkiego na ostatni guzik, stąd wiele niedoróbek. Czasami odstępstwa od umowy są wynikiem zawodności zagranicznych partnerów. Z drugiej jednak strony, pracownicy firmy turystycznej, która specjalizuje się w organizowaniu imprez do danego regionu świata, mają pełną wiedzę o czekających ich tam niespodziankach. Biuro powinno dokładać wszelkich starań, aby zrealizować imprezę na odpowiednim poziomie. Tym bardziej, że na rynku polskim wielu klientów chętnie spędza wakacje za granicą, a gdy biuro zawodzi, szukają nowych firm. Zła sława roznosi się bardzo szybko, dobrą trzeba budować bardzo długo.

*Rozmawiał: Krzysztof Mich*

*foto: BE&W, Krzysztof Mich*




# ZBIERAJ FILMY, ZDOBYWAJ NAGRODY!

Mel Gibson i Danny Glover
w filmie

ZABÓJCZA BROŃ 4




Skompletuj niepowtarzalną kolekcję 100 najlepszych filmów mijającego stulecia z wytwórni Warner Bros. oraz MGM/UA. Teraz możesz mieć w swoim domu **największe** GWIAZDY, **najszybszą** AKCJĘ, **najlepsze** KOMEDIE oraz **prawdziwe** MEGAHITY.

Kupuj kasety oznakowane promocyjnymi naklejkami. Wspaniałe nagrody już przy zakupie 5 kaset! Im więcej zbierzesz kaset, tym bardziej wartościowe nagrody: zestawy POP* z telefonem Motorola oraz wysokiej klasy sprzęt elektroniczny firmy **PHILIPS**. Na wytrwałych kolekcjonerów czekają najnowsze magnetowidy stereo Hi-Fi **PHILIPS**.

„Kolekcja stulecia” dostępna w hipermarketach i sklepach z kasetami video. Szczegóły na ulotkach i wewnątrz kaset.




## To jedyna taka szansa w tym wieku!

*Wybieraj spośród niezwykłych filmów z „Kolekcji stulecia”:*

### GWIAZDY

1. Adwokat diabła
2. Wysłannik przyszłości
3. Kula
4. Północ w ogrodzie dobra i zła
5. West Side Story
6. Wybrzeże Moskitów
7. Imperium słońca
8. Kontakt
9. Gorączka
10. Klient
11. Diabolique
12. Specjalista
13. Bonnie i Clyde
14. Wiecznie młody
15. Eksplozja
16. Teoria spisku
17. Upadek
18. Raport Pelikana
19. Batman i Robin
20. Ścigany
21. Bez przebaczenia
22. Wszyscy ludzie prezydenta
23. Ostatni Mohikanin
24. Czarownice z Eastwick
25. Tequila Sunrise

### AKCJA

1. Zabójcza broń 4
2. Wydział pościgowy
3. Ucieczka gangstera
4. Kobra
5. Pieskie popołudnie
6. Wielka ucieczka
7. Złoto dla zuchwałych
8. Firefox
9. Leworęczny Luke
10. Uwolnienie
11. Miejski obłęd
12. Zabójcza broń 1
13. Zabójcza broń 2
14. Zabójcza broń 3
15. Jutro nie umiera nigdy
16. Nieuchwytny
17. Egzekutor
18. Wygrać ze śmiercią
19. Nico
20. Szukając sprawiedliwości
21. Parszywa dwunastka
22. Czas zabijania
23. Tango & Cash
24. Ostatni skaut
25. Ścigani

*Więcej o „Kolekcji stulecia” dowiesz się z miesięcznika* **FILM**



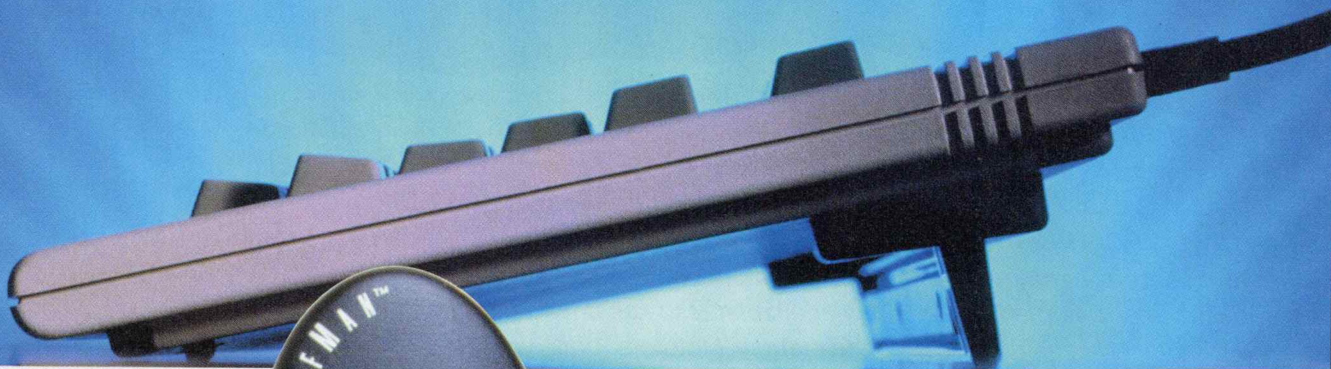

## TWOJE PRYWATNE HOLLYWOOD

© 1999 Warner Bros. Poland Sp. z o.o.

* POP – usługa w sieci Idea

# Modny komputer NIE jest SZARY

**Stereotypy mówią: lodówka musi być biała, odkurzacz – bury, a komputer – obojętnie jaki, byle sprawnie działał. Coraz więcej klientów myśli jednak nie tylko o parametrach technicznych produktów, ale zwraca także uwagę na to, czy zostały ciekawie zaprojektowane.**






BUDUJĄC swój marketingowy wizerunek, firmy chętnie korzystają z możliwości, jakie podsuwa nowoczesne wzornictwo. Atrakcyjny design to gwarancja, że wprowadzany na rynek produkt (często wielkim nakładem środków) nie zostanie pomylony z wyrobem konkurencji, równie doskonałym jakościowo i zaawansowanym technologicznie.

JEDNĄ z firm komputerowych, które zawsze przywiązywały dużą wagę do estetycznych i oryginalnych projektów, jest Apple. Przez dłuższy czas firma ta pozostawała na marginesie rynku, na którym niepodzielne triumfy święciły pecety z oprogramowaniem Microsoftu. Dopiero w 1998 r. na ustach wszystkich znalazł się nowy iMac. Jego najmocniejszą stroną jest właśnie projekt: nowatorski, od razu rozpoznawalny, podkreślający inność „jabłkowego" komputera. Nawet ci, którzy nie żywią sympatii dla Apple, przyznają, że miło byłoby postawić taki sprzęt na biurku.

TWARDY dysk i procesor iMaca znajdują się w jednej obudowie razem z monitorem, co daje dużą oszczędność miejsca, ale może też nieco szokować, zwłaszcza właścicieli pecetów – tu standardem jest osobna „skrzynka" sporej objętości, zwana jednostką centralną.

O STYLISTYCZNEJ oryginalności iMaca stanowi przede wszystkim półprzezroczysta obudowa w żywym kolorze (identyczny kolor mają: mysz, klawiatura i małe multimedialne głośniki). Pierwszy model z procesorem Power PC G3 233 MHz dostępny był tylko w wersji „bondi blue" (zielonkawo-niebieskim). Kolejna wersja iMaca występuje już w pięciu wariantach kolorystycznych, które producent woli nazywać „smakami". Możemy wybierać pomiędzy obudową jagodową, winogronową, truskawkową, mandarynkową i limonową (angielska „lime" to mało popularna w Polsce odmiana cytryny o zielonkawym odcieniu skórki).

PRZEDSTAWIAJĄC nowe kolory iMaca, magazyn „MacWorld" scharakteryzował potencjalnego nabywcę każdej z wersji komputera. Kolor niebieski (jagoda) ma właściwości relaksujące, powinien odpowiadać osobom konserwatywnym i uporządkowanym. Fiolet (winogrono) jest częściej wybierany przez kobiety, koneserów wina, znawców sztuki. Czerwony (truskawka) to kolor dla osób uczuciowych, zielony (limona) kojarzy się z ekologią, natomiast pomarańczowy (mandarynka) świetnie pasuje do ludzi z natury ciepłych i pogodnych. Zdecydowanie największą popularnością cieszy się kolor niebieski, co może świadczyć o „zachowawczości" dotychczasowych nabywców.

WIELKIE pole do stylistycznego popisu mają projektanci mniejszych urządzeń komputerowych, takich jak notebooki. Tu walka toczy się głównie na wagę i wymiary – im mniej i lżej, tym lepiej.

TOSHIBA lansuje w tym roku niezwykle płaski (niecałe 2 cm grubości) model komputera przenośnego o nazwie Portege (najwyraźniej wszystko, co brzmi z francuska, kojarzy się producentom ze stylem i dobrym smakiem).

OBOK doskonałych, rekordowych wymiarów i świetnych parametrów technicznych, atutem tego notebooka jest lekko błyszcząca, gładka obudowa w kolorze srebrno-magnezowym. Ciekawe, że prasowa reklama Portege opiera się na analogii z luksusowym zegarkiem na rękę („wytworny, lekki i cenny jak czas").

O ORYGINALNYM wzornictwie zaczęli także myśleć producenci najmniejszych komputerów, czyli palmtopów. Ciekawe rozwiązania pojawiają się zwłaszcza wśród urządzeń bezklawiaturowych, wyposażonych za to w ekran, po którym użytkownik pisze rysikiem. Jednym z najbardziej atrakcyjnych wizualnych projektów w tej grupie jest Nino (http://www.nino.philips.com) – palmtop przyjazny odbiorcy, który zapamiętuje notatki głosowe, rozpoznaje pismo, a jego ekran jest czuły na dotyk. W srebrzysto-szarej obudowie znajduje się tylko włącznik, złącze na pdczerwień i wyraziste logo produktu.

NA SŁYNNYCH hanowerskich targach CeBIT Sharp zaprezentował w tym roku palmtop PV-6000. To nowatorskie rozwiązanie zapewnia użytkownikowi pracę w dwóch trybach. Praca z klawiaturą i połaczonym z nią za pomocą dwóch ramion ciekłokrystalicznym wyświetlaczem jest możliwa w przypadku ustawienia palmtopa w pozycji pionowej. Po złożeniu wyświetlacza i przykryciu nim klawiatury możemy z kolei posługiwać się rysikiem i ekranem dotykowym. Wadą tego urządzenia jest spora jak na palmtop waga (1300 gramów, a dla porównania Nino waży z bateriami około 200).

KOMPUTEROWI projektanci zmagają się także z brakiem elastyczności modeli stacjonarnych. Czy monitor musi tkwić nieruchomo na biurku? Skądże znowu. Bardzo cienki ekran monitora Sony – model Vaio – umieszczony został na postumencie, wyposażonym w dwa ruchome ramiona. Dzięki temu, użytkownik może dowolnie zmieniać kąt nachylenia ekranu tak, jak dzieje się to od dawna w notebookach. Z kolei słynne biuro projektowe Ideo wykonało dla firmy Steelcase model klawiatury, której wysokość i kąt nachylenia daje się dowolnie regulować.



WRAZ z rozwojem multimediów nieuchronną ewolucję przechodzą komputerowe myszy i urządzenia sterujące. Ich czołowy producent, Logitech, prowadzi prace nad modelami, przeznaczonymi do obsługi specjalistycznych aplikacji. Firma zapowiedziała wprowadzenie na rynek pod koniec roku myszy z funkcją „force feedback". „Pozwoli to grającemu w wirtualnego golfa poczuć opory powietrza" – tak zachwalał nowy produkt na targach CeBIT prezes Logitechu, Guerrino De Luca.

MYSZY są coraz częściej zastępowane przez urządzenia o nazwie „touchpad", czułe na dotyk palca. Firma Cirque (http://www.cirque.com) proponuje urządzenia o przewrotnej nazwie Cirque Cat, znacznie bardziej interaktywne od tradycyjnych myszy (zamiast naciskać przycisk, swobodnie przesuwamy palec).

CIRQUE CAT można też ciekawie zaprogramować, przyporządkowując klawiszom różne funkcje (np. odświeżania strony www). Jeżeli funkcja zamykania programu jest w trakcie normalnej pracy przypisana przyciskowi „Z", to wystarczy, że narysujemy tę literę palcem (z tym samym efektem).

ROZWÓJ sprzętu komputerowego silnie stymulują gry komputerowe. Projektanci myślą nieustannie, jak dostaczyć młodym fanatykom nowych, ekscytujących wrażeń. Joysticki narzucają wyraźne ograniczenia (nie mogą odbiegać od kształtu drążka, chodzi głównie o idealne dopasowanie go do dłoni). Wielkie możliwości twórcze daje natomiast grupa urządzeń sterujących w postaci kierownic i wolantów. Sprawdzają się one zwłaszcza w grach symulacyjnych, wymagających dużej precyzji. Przy odrobinie wyobraźni można wtedy znaleźć się na pokładzie mknącego z zawrotną szybkością wyścigowego auta czy samolotu, wykonującego bojowe zadanie.

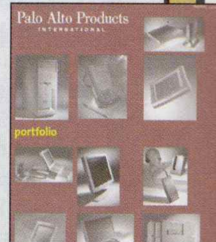
KOMPUTERY już dawno przestały być maszynami do wykonywania obliczeń, przeznaczonymi dla wąskiej kasty naukowców, techników i inżynierów. Służą setkom milionów ludzi do codziennej, intensywnej pracy i nauki, a także rozrywki. Narzuca to projektantom coraz większe wymogi. Prostota obsługi, miniaturyzacja, mobilność, interaktywność, ergonomiczność – oto najważniejsze z wyzwań stojących przed nimi u progu kolejnego stulecia.

*Paweł Piasecki*

*foto: BE&W*

## Internetowe witryny firm
### projektujących sprzęt komputerowy

**Palo Alto Design Group (PADG) – http://www.padg.com**




Kalifornijska firma zarabia na produkcji obudów komputerów (fabryka na Tajwanie), dzięki czemu może sobie pozwolić na tworzenie ciekawych projektów, nawet jeśli nie mają one wielkich perspektyw na realizację. Największy sukces PADG to zapewne Palm Pilot, stworzony dla firmy 3Com (prestiżowa nagroda hanowerskiego Industrie Forum Design).

**IDEO – http://www.ideo.com**

Biuro współpracowało z Samsungiem (monitory), Logitechem (joysticki), Silicon Graphics (stacje robocze) i wieloma innymi klientami, nie tylko z branży komputerowej (łącznie 3000 projektów). Najciekawsza prezentacja na stronach www.

**Fitch Inc. – http://www.fitch.com**

Współpraca m.in. z Iomega (projekty zewnętrznych napędów dysków Zip i Jaz) oraz Digital Equipment (notebook przyszłości, z którym porozumiewamy się głosowo).

**RKS Design – http://www.rksdesign.com**



Autorzy bardzo oryginalnych projektów: komputera Zen, płaskich głośników multimedialnych i palmtopa-narzędzia edukacyjnego dla dzieci (we współpracy z Apple)




**Design Edge – http://www.designedge.com**

Na tej stronie można zobaczyć notebooki stworzone dla Canona, monitor z podwójnym ekranem Galileo oraz system integrujący TV, Internet i telefon (projekt dla Apple).

# Samo zdrowie

**Sposób wprowadzenia reformy systemu lecznictwa bywa oceniany jako niedopracowany. Kontrowersje związane z Kasami Chorych, nowymi ubezpieczeniami zdrowotnymi i strajkiem anestezjologów mają jednak z pewnością swoją dobrą stronę. Przypominają o tym, że teraz sami musimy zadbać o swoje zdrowie i że nikt nas w tym nie wyręczy.**

Z POMOCĄ – jak zawsze – może przyjść Internet. W sieci znajdziemy wiele znakomicie opracowanych serwisów medycznych. Palmę pierszeństwa należy oddać Oazie Zdrowia amerykańskiej Kliniki Mayo (http://www.mayohealth.org). Jej strony internetowe redaguje kilkunastosobowy zespół wysokiej klasy specjalistów, którzy korzystają z doświadczeń ponad 1200 lekarzy i innych naukowców, pracujących dla ośrodka.

OAZA Zdrowia Mayo to przede wszystkim wygodny system przeszukiwania ogromnej bazy danych o najróżniejszych schorzeniach, sposobach ich leczenia, a także o wypadkach i pierwszej pomocy. Wielką popularnością cieszy się dział „Virtual Cookbook" – zgromadzono tam przepisy na zdrowe, niskokaloryczne dania, które pozwalają wyeliminować z diety nadmiar tłuszczu, cholesterolu i soli.

MAYO jest serwisem w pełni interaktywnym. Można zadać pytanie dyżurnemu lekarzowi albo dietetykowi, poznać odpowiedzi na kwestie nurtujące innych, wziąć udział w zdrowotnym quizie i otrzymywać co tydzień e-mailowy biuletyn o nowościach.

MAYO jest też serwisem niezależnym i obiektywnym – reklamy są wyraźnie oddzielone od części informacyjnej. Jeżeli od dnia opublikowania jakiegoś artykułu miną 3 lata, rutynowo sprawdzana jest wiarygodność i aktualność danych. Warto jeszcze dodać, że Oaza Zdrowia dwukrotnie zdobywała internetowe Oskary, czyli Webby Awards (http://www.webbyawards.com) – prestiżowe nagrody dla najlepszych serwisów www.

FINALISTĄ w kategorii „zdrowie" w ostatniej edycji tego popularnego konkursu był inny potężny amerykański serwis o łatwym do zapamiętania adresie „http://www.onhealth.com". Podobnie jak Klinika Mayo, jest to wszechstronny i przyjazny użytkownikowi przewodnik po wszelkich zagadnieniach, związanych z medycyną. Znajdziemy tam aktualności, raporty (archiwum gromadzi około tysiąca pozycji), szczegółowe porady i wiadomości o charakterze encyklopedycznym.

INFORMACJE pochodzą z renomowanych ośrodków badawczych w USA (uniwesytety Harvard, Columbia, Stanford) i Izraelu. Mocne strony serwisu to dział poświęcony ciąży i opiece nad niemowlętami (Y2K Baby) oraz obszerny katalog leków (3000 pozycji) i ziół. Onhealth.com umożliwia też pacjentom wymianę doświadczeń na forum dyskusyjnym.

## Orient chińsko-polski

TYM, KTÓRZY uważają, że nie wszystko, co nowoczesne, jest koniecznie najlepsze, polecam wizytę w serwisie, poświęconym tradycyjnej medycynie chińskiej (http://www.orientalmedicine.com). Najciekawsze dla przeciętnego użytkownika będą zapewne działy poświęcone akupunkturze i ziołolecznictwu. Warto jednak zwrócić uwagę na zastrzeżenie autorów serwisu, by prezentowane w nim informacje wykorzystywać jedynie w celach edukacyjnych, a przed podjęciem leczenia skonsultować się ze specjalistą.

SPOŚRÓD polskojęzycznych stron www o zdrowiu, poziomem opracowania wyróżnia się serwis „http://zdrowie.supermedia.pl". Poświęcony jest on jednak niemal wyłącznie filozofii i praktyce zdrowego żywienia. Autorzy wychodzą z założenia, że choroby cywilizacyjne (będące jedną z najważniejszych przyczyn śmiertelności we współczesnym świecie) zależą w zasadniczej mierze od tego, co znajduje się w naszym menu. Druga ważna deklaracja (pod którą z chęcią się podpisuję) brzmi: zdrowie i dobre samopoczucie leżą w rękach każdego z nas.

ATUTEM serwisu jest prezentowanie różnych pomysłów na zdrową dietę. Oprócz zaleceń Instytutu Żywności i Żywienia, znajdziemy tam także materiały dotyczące wegetarianizmu, makrobiotyki i koncepcji żywieniowych rodem z medycyny orientalnej.

## Rada na pyłki

JEDNĄ z chorób cywilizacyjnych, które robią zastraszające postępy, są alergie. Jeszcze 10 lat temu mało rozpowszechnione, obecnie spędzają sen z powiek rodzicom wielu dzieci, które już od najmłodszych lat muszą unikać niektórych pokarmów, materiałów, proszków do prania itp.

WSZYSTKIM alergikom polecam zajrzenie do przeznaczonego wyłącznie dla nich serwisu „http://www.alergen.info.pl". Znajdą tam mnóstwo rzetelnych i aktualnych informacji o najczęstszych dolegliwościach, ich przyczynach i sposobach leczenia.

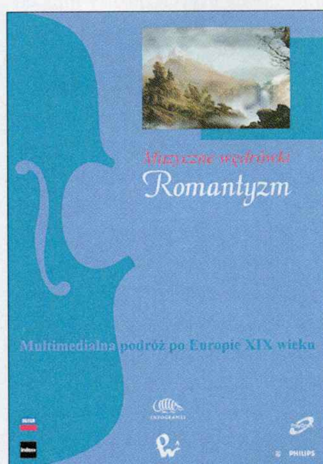
NA WIOSNĘ zaczyna się sezon pylenia roślin, a – jak wiadomo – dla ogromnej rzeszy alergików to właśnie pyłki są najgorszym utrapieniem. Uczuleniowcy mogą skorzystać z serwisu pyłkowego, stworzonego dzięki współpracy autorów serwisu z koncernem farmaceutycznym GlaxoWellcome. Po wypełnieniu kwestionariusza otrzymywać będą komunikaty o stężeniach wybranych pyłków roślin pod swój adres e-mail.

ZACZĄŁEM od reformy systemu opieki zdrowotnej w Polsce i na tym temacie zakończę. Tych wszystkich, którzy nie za bardzo mogą połapać się w rewolucyjnych zmianach, namawiam do odwiedzenia wirtualnej siedziby łódzkiej Kasy Chorych (http://www.kasa-chorych.lodz.pl). W całym polskim Internecie nie znajdą bardziej wszechstronnego i przystępnego przewodnika po reformie, która – miejmy nadzieję – uczyni nas wszystkich zdrowszymi.

*Paweł Piasecki*

## Romantyzm – muzyczne wędrówki

**Program dla wszystkich tych, którzy mają romantyczną naturę i kochają XIX-wieczną muzykę.**




„ROMANTYZM – muzyczne wędrówki" to spolszczona wersja francuskiego przewodnika po epoce, opublikowanego przez Infogrames. W Polsce firmują go Wydawnictwo PWN oraz Vulcan Media (programowanie).

CZYM „Romantyzm" różni się od płyty kompaktowej, zawierającej składankę największych muzycznych „przebojów" epoki? Interaktywnością. Rola odbiorcy nie kończy się tu na włożeniu krążka do czytnika i ustawieniu parametrów dźwięku.

ZGODNIE z obietnicą, zawartą w tytule programu, wędrujemy po XIX-wiecznym mieście. Sami określamy trasę wycieczki i decydujemy, w których miejscach pozostać dłużej. Możemy zwiedzić najsłynniejsze salony epoki, sale koncertowe i domy kompozytorów, posłuchać fragmentów „Carmen" w operze, a kulisy powstania „Stabat Mater" Rossiniego poznać w katedrze. Mamy też do dyspozycji własnego przewodnika, Friedricha.

PROGRAM zawiera w sumie 2 godziny nagrań romantycznych arcydzieł (wśród wykonawców takie znakomitości, jak Luciano Pavarotti i Cecilia Bartoli) i 2 godziny dialogów. Dla oddania ducha epoki wiernie zrekonstruowano około 50 dekoracji wnętrz i scenografii. Mamy więc do czynienia z wyczerpującym i oryginalnie pomyślanym kompendium wiedzy.

## Język angielski w praktyce

**Bardzo praktyczne ABC słownictwa i gramatyki języka angielskiego.**

WROCŁAWSKI Albion (http://www.albion.pl) specjalizuje się w produkcji programów, które może nie zachwycają rozwiązaniami multimedialnymi, ale są zawsze rzetelnie przygotowane i przyjazne dla użytkownika, a przy tym dość tanie. Tak jest i w przypadku tego krążka, który może posłużyć przede wszystkim jako tester naszej znajomości angielskiego (na poziomie podstawowym i średnio zaawansowanym). Polecam go więc zwłaszcza tym z czytelników, których czeka w najbliższej przyszłości egzamin z angielskiego, a także tym, którzy chcą szybko poznać i wyeliminować swoje „słabe punkty", zwłaszcza w sferze gramatyki.

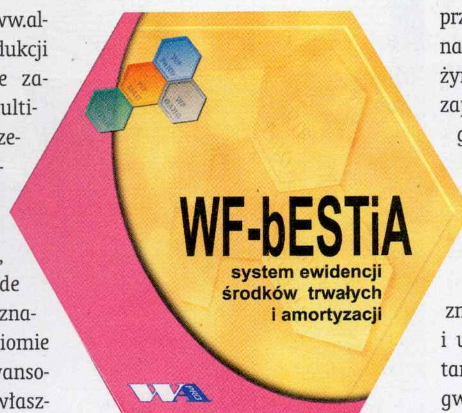



GŁÓWNE części programu to: poradnik gramatyczny, słownik oraz zestaw 1256 ćwiczeń i testów, obejmujących 53 grupy tematyczne. Użytkownik na bieżąco kontroluje poziom zdobytej wiedzy, może korzystać z podpowiedzi oraz precyzyjnie określić, jaki materiał powinien zostać ponownie przerobiony. Wyniki pracy przedstawiane są w postaci szczegółowego raportu, który można wydrukować. Ułatwia to analizę błędnych odpowiedzi i powtórkę przed egzaminem.

PROGRAM Albionu nie jest całościowym kursem angielskiego (typu „Euro+") i nie rozwija wszystkich sprawności językowych, ale jako „elektroniczna ściąga" znakomicie spełnia swoje zadanie.

## WF-bESTiA

**Pod groźnie brzmiącą nazwą kryje się program, którego zalety doceni każdy biznesmen.**




„WF-bESTiA" to piąty już program w ofercie Wa-Pro (http://www.wa-pro.com.pl), producenta systemów wspomagających zarządzanie małymi i średnimi przedsiębiorstwami (operacje finansowe i ich księgowanie). Poszczególne programy są ze sobą ściśle zintegrowane, co dobrze obrazuje ich forma zewnętrzna (pudełka wyglądają jak komórki w plastrze miodu).

JEŚLI dobrze przyjrzymy się skrótowi bESTiA, zauważymy, że duże litery stanowią skrót wyrażenia „ewidencja środków trwałych i amortyzacji". Nazwy innych programów z rodziny są podobnymi łamigłówkami – np. KaPeR to księga przychodów i rozchodów, a FaKir to system finansowo-księgowy (z obydwoma „Bestia" zgodnie współpracuje). „WF-bESTiA" umożliwia podział ewidencji na grupy w pełni definiowalne przez użytkownika, prowadzi kartoteki i buduje tabele amortyzacyjne. Zapewnia też obsługę środków trwałych w leasingu, wartości niematerialnych i prawnych. Przy wydruku można tworzyć zestawienia dla wybranych grup środków trwałych.

WARTO zaznaczyć, że zakup „Bestii" (lub innego programu Wa-Pro) daje prawo do otrzymywania bezpłatnych upgrade'ów do końca lutego 2000 r. Wszystkie programy mają też certyfikat zgodności z rokiem 2000.

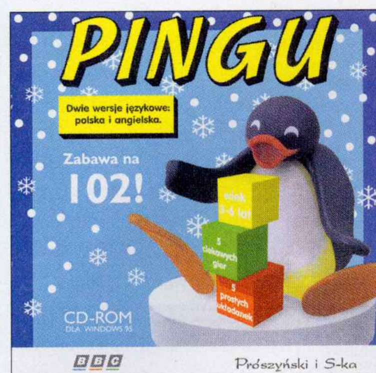
## Pingu

**Niedrogi, a całkiem atrakcyjny program edukacyjny dla dzieci w wieku 3-6 lat.**

„PINGU" został wyprodukowany przez wydawnictwo Prószyński i S-ka na licencji BBC Worldwide Ltd. Dużym walorem programu jest to, że zaprezentowano go zarówno w oryginalnej (angielskiej), jak i polskiej wersji językowej. Przy okazji warto pochwalić staranne tłumaczenie (w tym instrukcji obsługi).

W MENU głównym programu znajdziemy po 5 gier, łamigłówek i usypiaczy ekranu. Jest też ekran tańca, na którym sympatyczny pingwin stepuje, robi przysiady i stójki, albo chodzi w lewo i prawo (tymi działaniami można sterować).

WIĘKSZOŚĆ gier pomaga rozwijać koordynację ruchowo-wzrokową dziecka. „Układanki" zapoznają malucha z kształtami i nazwami przedmiotów, natomiast „Muzykowanie" – ze światem dźwięków (dziecko może m.in. nagrać własną melodię). Łamigłówki uczą rozpoznawania kolorów, kształtów i dźwięków, rozwijają także w podstawowym zakresie umiejętność liczenia i pisania. Usypiacze ekranu pokazują Pingu w różnych zabawnych sytuacjach (np. w pogoni za rybką, bitwie na śnieżki).




PORUSZANIE się po programie jest (tak jak być powinno ze względu na wiek odbiorcy) dziecinnie proste, a szata graficzna „Pingu" – miła dla oka. Za umiarkowaną cenę otrzymujemy produkt dobrze dopasowany do potrzeb dziecka i w pełni zgodny z formułą „uczyć bawiąc".

***Paweł Piasecki***

# od słowa do słowa

WEDŁUG leksykonu wydanego przez PWN człowiek rozumny, czyli homo sapiens, to gatunek człowiekowatych, żyjący u schyłku plejstocenu. Przeciętny przedstawiciel tegoż gatunku ma mózg, który z kolei ma objętość. Przeważnie około 1200-1500 $cm^3$. Spośród człowiekowatych homo sapiens wyróżnia się najwyższym rozwojem psychiki i życia społecznego, jako jedyny posiada kulturę i jest zdolny do jej tworzenia. Leksykon został wydany w zeszłym roku, więc raczej trudno podważać aktualność definicji. Skoro tak napisano, to pewnie tak jest.

KONIEC XX w. Państwo w Europie. Exodus. Idą ludzie. Bardzo dużo ludzi. W różnym wieku. Kobiety kurczowo trzymają dzieci za ręce. Mężczyźni niosą tobołki, paczki, zawiniątka. Jakaś staruszka ciągnie wózek. Wszyscy są wykończeni. Przeszli już kilkadziesiąt kilometrów. Ale to jeszcze nie koniec wędrówki. Nie wiedzą, jak długo będą musieli iść. Nie znają celu podróży. Ale nie mają wyjścia. Muszą iść, żeby ocalić życie. To wszystko, co im zostało. Ich dorobek już przepadł. Zabrali ze sobą tylko tyle, ile mogli udźwignąć. Sweter, buty, coś do jedzenia, strach. Dokąd prowadzi ta droga? Co spotka ich za zakrętem? Nikt tego nie wie. Zresztą, co za różnica. Uciekać i tak muszą. Dlaczego? Bo inni ludzie doszli do wniosku, że tak ma być. Bo inni ludzie zabrali ich domy, ziemię, życie. I mieli do tego prawo. Prawo silniejszego.

PRAWO silniejszego obowiązuje w naturze nie od wczoraj. Pierwszy lepszy król zwierząt, gdyby mówił ludzkim językiem, z pewnością wszystkim by o tym opowiedział. Brzmiałoby to być może tak: *Ja jestem najsilniejszy! A to jest moje terytorium! Obcym wstęp wzbroniony! Każdego, kto się z tym nie zgadza, pokonam. A potem może zjem. Taka jest moja natura.* Nie bez znaczenia pozostaje jednakowoż fakt, w jakim języku wyżej wymieniony drapieżca by się wypowiadał. Jeżeli mówiłby po amerykańsku, angielsku, francusku, włosku, czy nawet po niemiecku, jest nadzieja, że powyższe słowa zostałyby zrozumiane jako apel o ochronę środowiska naturalnego. Gdyby jednak był poliglotą i posługiwał się biegle serbskim, arabskim, chińskim czy północno-koreańskim, nie wiadomo, czy konsekwencje takiej manifestacji siły nie byłyby opłakane w skutkach. Bowiem niektórzy przedstawiciele nacji, władających tymi językami, mogliby zbyt dosłownie zrozumieć drapieżne przesłanie, a następnie utożsamiać się tylko z tą jego częścią, która dotyczy eliminowania wrogów. Nie należy wszelako zapominać, że zwierzęta wprawdzie zabijają, ale tylko wtedy, kiedy są do tego zmuszone. Głodem lub koniecznością obrony.



JEDNO z najnowocześniejszych, skonstruowanych przez Amerykanów, narzędzi do zabijania, to „niewidzialny" dla radarów bombowiec B-2. Koszt wyprodukowania jednej maszyny wynosi około 2 miliardów dolarów (nie słownie – 2 000 000 000). W nowych złotych jest to równowartość około 8 miliardów. Inny cud wojennej techniki – myśliwiec F-117 Stealth, czyli „Nocny Jastrząb" – w Ameryce kosztuje około 45 milionów dolarów, w Polsce – mniej więcej 180 milionów nowych złotych.

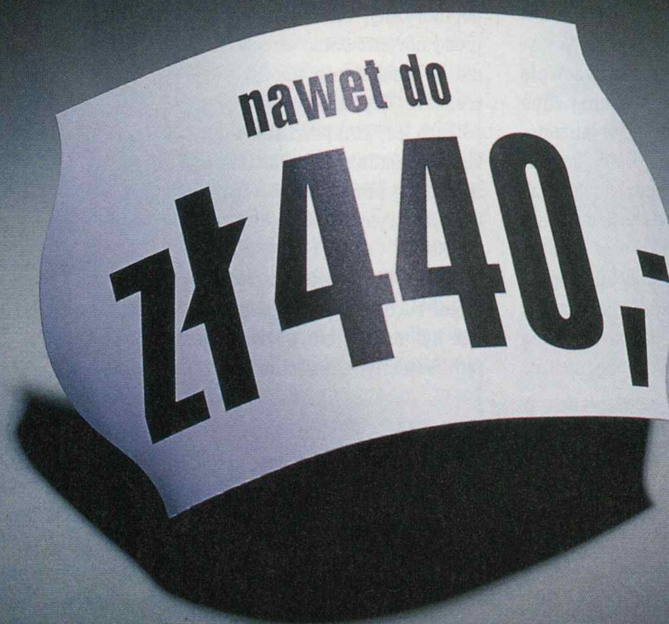
DZISIAJ, podobnie zresztą jak wcześniej, nikogo niestety nie dziwi fakt prowadzenia wojen. Zwłaszcza, że ludzkość ma ich ogromną liczbę na swoim koncie. Krwawych, mniej krwawych, tak czy inaczej – niepotrzebnych. No bo, jak by na to nie patrzeć, to raczej trudno sensownie uzasadnić potrzebę wojaczki. Ani nie jest dobra dla zdrowia, ani dla środowiska. A i dóbr wszelakich wystarczy dla wszystkich. I bynajmniej nikt nie myśli tutaj o jakimś komunizowaniu. Wcale nie musi być dla każdego po równo. A i wtedy wystarczy. Gdyby natomiast nie chodziło o zwykłą pazerność, ale o problemy psychiczne czy inne duchowe rozterki, można przynajmniej spróbować je rozwiązać na kozetce u psychoanalityka, albo na siłowni, albo przy tworzeniu poezji. Nie trzeba od razu kogoś zabijać. No, chyba że się jest mafiosem. Ale to przecież dewiacja. W przeciwieństwie (?) do bycia politykiem. A politycy wiedzą, co robią. Nie wszczynają wojen z byle powodu. Zawsze jest jakiś pretekst. Najlepiej brzmi ten najbardziej wyrafinowany – w obronie praw człowieka.

KONIEC wieku XX. Pewne państwa azjatyckie. Jedno z nich to mocarstwo. Nikt nie wie, ilu ma mieszkańców. Nikt więc nie wie, ilu codziennie umiera. Dlaczego umierają? Z powodu prześladowań politycznych, chorób, biedy. Jest ich dużo, więc co za różnica. Drugie państwo nie jest mocarstwem. Kiedyś ich kraj został podzielony na pół. Ci z Południa nic nie stracili. Ci z Północy wierzą, że jeśli zjedzą więcej niż jedną porcję ryżu dziennie, pęknie im żołądek. Więc nie jedzą. Nawet gdyby chcieli zbuntować się przeciwko władzy i zjeść, to niemożliwe. Bo nie ma nie tylko ryżu. Cóż za idealna sytuacja do obrony praw człowieka. Do wolności wypowiedzi, opieki zdrowotnej, do drugiej porcji ryżu. Tylko jakoś nie ma chętnych do tej obrony.

WEDŁUG Immanuela Kanta, człowieczeństwo oznacza wartość i godność każdego człowieka, związane z jego osobową naturą. To wszystko razem wzięte stanowi źródło nakazu moralnego, wzywające do traktowania człowieka jako cel działania, a nie tylko jako środek do celu. W obliczu tej definicji i zestawienia jej z rzeczywistością można by zaryzykować twierdzenie, że ludzkość, w jakiś przewrotny, trudny do zrozumienia sposób, próbuje zastąpić teorię praktyką.

***Małgorzata Węgrzecka***
*rys. M. Bruchnalski*

# To nieprawda, że tylko zawartość naszych baterii stawia je ponad inne!




Więcej niż prawdą są istotne różnice w precyzyjnie dopasowanym kształcie, w lekkiej konstrukcji i w dostępie do każdego rodzaju telefonu komórkowego. Nie wspominając już, rzecz jasna, o cenie naszych małych, czarnych zbiorników sił.

www.mline.pl

Nr.1 w akcesoriach do markowych komórek

MLINE®

ppi

# WYDAWNICTWO MUZA S.A. – SPECJALNA EDYCJA DZIEŁ WYBRANYCH ERNESTA HEMINGWAYA

W TYM ROKU mija setna rocznica urodzin Ernesta Hemingwaya. Nazwisko to, znane na całym świecie, kojarzy się Czytelnikom z bardzo osobistym, oryginalnym stylem pisarstwa i podejściem do literatury. Urodzony w Ameryce pisarz inspiracji do swych utworów często szukał poza kontynentem amerykańskim. W Europie dojrzały jego poglądy, ostatecznie wyrażone w najsłynniejszych powieściach, natomiast czarna i dzika Afryka była źródłem inspiracji dla wspomnień i licznych opowiadań.

UZNAJĄC ten rok za doniosły, Wydawnictwo Muza S.A. zdecydowało się uczcić Ernesta Hemingwaya w sposób należny nie tylko laureatowi nagrody Nobla. Doceniając niezwykły wpływ pisarza na kulturę europejską, podjęto decyzję o rocznicowej edycji jego dzieł wybranych. Obok najsłynniejszych utworów, m.in.: *Pożegnanie z bronią*, *Śmierć po południu*, *Komu bije dzwon* czy *Stary człowiek i morze* edycja obejmie także nieznany jeszcze w Polsce tekst – *To co prawdziwe o świcie*.

UTWORY pisarza publikowane są od wielu lat w dużych nakładach i licznych wydaniach i zawsze cieszyły się niesłabnącym zainteresowaniem odbiorców. Również dzisiaj, Czytelnik poszukujący literatury na najwyższym poziomie, z niemałą przyjemnością sięgnie po specjalną edycję dzieł Hemingwaya.

ROCZNICA urodzin Ernesta Hemingwaya dla Wydawnictwa Muza S.A. stała się pretekstem do popularyzacji dzieł autora oraz próbą ugruntowania pozycji pisarza w świadomości młodych Czytelników. Czytelników, którzy na półkach księgarń poszukują nie tylko fikcji i fantazji literackiej, ale także faktów, prawdziwych wydarzeń i stałych kryteriów ich oceny.

ERNEST Miller Hemingway (1899-1961), pisarz amerykański, wiódł ruchliwe, pełne przygód życie. Był reporterem i korespondentem wojennym, uczestniczył w obu




wojnach światowych oraz w wojnie domowej w Hiszpanii (1936-39). Należał do kręgów paryskiej cyganerii artystycznej. Był myśliwym, rybakiem i miłośnikiem corridy.

GŁÓWNE miejsce w twórczości Hemingwaya, w znacznej mierze autobiograficznej, zajmują powieści: *Słońce też wschodzi* (1926, wyd. pol. 1958) – pesymistyczno-anarchistyczny manifest tzw. straconego pokolenia, generacji młodych pisarzy amerykańskich, przeżywających załamanie ideowo-moralne po wstrząsie I wojny światowej; *Pożegnanie z bronią* (1929, wyd. pol. 1931) – pacyfistyczny protest przeciw okrucieństwu i bezsensowi wojny; *Komu bije dzwon* (1940, wyd. pol. 1957) – apologia heroicznej walki i śmierci amerykańskiego zwolennika republiki w hiszpańskiej wojnie domowej; *Stary człowiek i morze* (1952, wyd. pol. 1956) – filozoficzna parabola samotnych zmagań człowieka z własnym przeznaczeniem.

TYPOWI bohaterowie jego utworów to ludzie mężni, często brutalni i prymitywni, a zarazem świadomi swego tragicznego, irracjonalnego losu, którzy poszukują sensu życia w walce z naturą i wrogiem. Hemingway wypracował własną metodę pisarską, łączącą rzeczowy i zwarty styl narracji prasowej z ukrytym liryzmem i wieloznaczną symboliką. Ernest Hemingway jest także autorem licznych opowiadań, np. *Śniegi Kilimandżaro* (1936, wyd. pol. 1956), książek reportażowo-podróżniczych i wspomnieniowych, m.in.: *Śmierć po południu* (1932, wyd. pol. 1971), *Zielone wzgórza Afryki* (1935, wyd. pol. 1966). W roku 1954 Ernest Hemingway został uhonorowany nagrodą Nobla.

WYDAWNICTWO Muza S.A. dla Czytelników ceniących twórczość wielkiego pisarza przygotowało też książkę pt. *Ernest Hemingway. Historia życia* pióra Carlosa Bakera. Choć żadna biografia nie sportretuje człowieka takim, jakim był rzeczywiście, to niewątpliwe wspomniana publikacja przybliży jego niezwykłą osobowość.

## STULECIE URODZIN ERNESTA HEMINGWAYA – DZIEŁA WYBRANE

21 lipca 1999 r. mija setna rocznica urodzin Ernesta Hemingwaya, znanego pisarza XX w., laureata nagrody Nobla. Wydawnictwo Muza S.A. pragnąc w szczególny sposób uhonorować wielkiego Amerykanina, opublikuje w piętnastu tomach wszystkie najważniejsze jego utwory. Książki ukazywać się będą od maja 1999 r. do maja 2000 r. W ramach serii Wydawnictwo oferuje najbardziej znane i najwartościowsze dzieła tego autora, od wczesnych opowiadań po ostatnią, niedokończoną powieść *Ruchome święto*. Po raz pierwszy w języku polskim ukaże się dramat *Piąta kolumna* oraz odnaleziona w archiwum rodzinnym, nieznana dotychczas powieść *To co prawdziwe o świcie*.

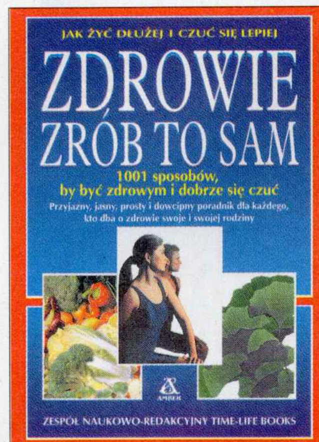
TYTUŁY I TERMINY WYDANIA KOLEJNYCH TOMÓW EDYCJI:

*Słońce też wschodzi* (przełożył Bronisław Zieliński) – maj 1999 r.
*Pożegnanie z bronią* (przełożył Bronisław Zieliński) – maj 1999 r.
*Śmierć po południu* (przełożył Bronisław Zieliński) – maj 1999 r.
*Zielone wzgórza Afryki* (przełożył Bronisław Zieliński) – wrzesień 1999 r.
*Mieć i nie mieć* (przełożyła Krystyna Tarnowska) – październik 1999 r.
*Piąta kolumna* (przełożył Bronisław Zieliński) – listopad 1999 r.
*49 opowiadań* (przełożyli: M. Michałowska, J. Zakrzewski, B. Zieliński) – styczeń 2000 r.
*Komu bije dzwon* (przełożył Bronisław Zieliński) – luty 2000 r.
*Stary człowiek i morze* (przełożył Bronisław Zieliński) – marzec 2000 r.
*Za rzekę w cień drzew* (przełożył Bronisław Zieliński) – marzec 2000 r.
*Ruchome święto* (przełożył Bronisław Zieliński) – marzec 2000 r.
*Wyspy na Golfsztromie* (przełożył Bronisław Zieliński) – kwiecień 2000 r.
*Śniegi Kilimandżaro i inne opowiadania* (przełożył Bronisław Zieliński) – kwiecień 2000 r.
*Niepokonany i inne opowiadania* – maj 2000 r.
*To co prawdziwe o świcie* (przełożył Blech Staszkiel) – wydanie I, maj 2000 r.

Projekt graficzny serii, projekty okładek i plakatu – Tomasz Bogusławski.
Informacje dotyczące serii udzielane są pod numerem telefonu: (0-22) 816 20 14.

## ZDROWIE – ZRÓB TO SAM

***Amber***




PORADNIK *Twoje serce* nie zdążył jeszcze na dobre zagościć na półkach księgarń, a już Wydawnictwo Amber przygotowało kolejną książkę z serii *Jak żyć dłużej i czuć się lepiej.*

*ZDROWIE – zrób to sam* to typowy poradnik o charakterze profilaktycznym, napisany przystępnym, niekiedy nawet dowcipnym językiem. Zagadnienia ogólne związane z utrzymaniem dobrego zdrowia są wprowadzeniem do publikacji. Po nich zaprezentowano szereg szczegółowych, przydatnych wskazówek. Ogółem Czytelnicy znajdą w niniejszym wydawnictwie aż 1001 fachowych porad i konkretnych środków zaradczych. Wiele z opisanych metod leczenia nawiązuje do medycyny naturalnej. Akupresura, aromaterapia, ziołolecznictwo czy joga pomogą zwalczyć drobne, lecz dokuczliwe dolegliwości. Chociaż autorom udało się zebrać w publikacji pokaźny zbiór skutecznych sposobów zachowania dobrego zdrowia, to nie zastąpi ona fachowej pomocy medycznej przy poważnych schorzeniach.

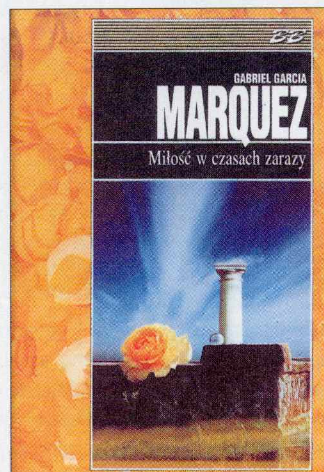
WARTO podkreślić, że uznany specjalista, dr med. Jeffrey Migdow, który od ponad siedemnastu lat stosuje w praktyce metody medycyny naturalnej, opiekował się amerykańskim wydaniem publikacji. W Polsce natomiast *Zdrowie – zrób to sam* już spotkało się z przychylnym przyjęciem środowiska medycznego, m.in. pozytywnie zaopiniował poradnik prof. dr hab. med. Aleksander Michajlik.

**G. G. Márquez**

## MIŁOŚĆ W CZASACH ZARAZY

***Muza***

MIEJSCE w światowej czołówce prozaików XX w. Gabriel Garcia Márquez zdobył takimi dziełami, jak m.in.: *Sto lat samotności, O miłości i innych demonach, Kronika zapowiedzianej śmierci* czy *Jesień patriarchy.* Niemal każda książka tego kolumbijskiego pisarza, laureata literackiej Nagrody Nobla z 1982 r., zyskuje rangę bestselleru. W Polsce większość z nich ukazała się nakładem Wydawnictwa Muza w serii *Biblioteka Bestsellerów.*




*MIŁOŚĆ w czasach zarazy* to historia uczucia, jakie zrodziło się pomiędzy kobietą z towarzystwa a mężczyzną niższego stanu. Trudno wręcz wyobrazić sobie bardziej banalną fabułę, a jednak Márquez opowiedział ją tak, jak nikt dotąd. Swoim specyficznym, ale zarazem zdecydowanym stylem kreśli obraz bohaterów, ukazując ich charaktery i środowiska, w których żyją. Przedstawia różnice między rozsądną Ferminą Dazy a nieokrzesanym Florentino Arizą – przed Czytelnikiem coraz wyraźniej wyłaniają się łączące ich podobieństwa.

*MIŁOŚĆ w czasach zarazy* to doskonałe studium uczucia, które z młodzieńczego zauroczenia przekształca się w głęboką więź. Niekiedy do głosu dochodzą szalone namiętności, niekiedy wyidealizowane pragnienia. Zawarty z rozsądku, lecz udany związek Ferminy z dr Urbino przysłania, ale nie zabija pierwszej miłości. Miłości, która po pięćdziesięciu latach oczekiwania doczekała się spełnienia i dla bohaterów okazała się ucieczką od samotności.

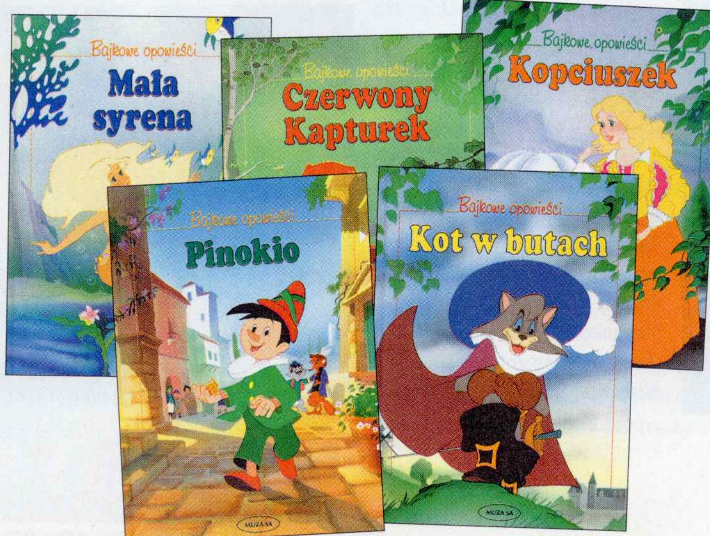
**V. Gool**

## BAJKOWE OPOWIEŚCI

***Muza***

WYDAWNICTWO Muza dla najmłodszych przygotowało prawdziwą niespodziankę. Wiecznie żywa klasyka prozy dziecięcej wraca w serii *Bajkowe opowieści.* Każda z dwunastu starannie dobranych książek kryje barwne, sympatyczne postaci i ich niewiarygodne przygody. Można razem z Alicją wybrać się do Krainy Czarów, marzyć o Lampie Alladyna, wspólnie z Kotem w Butach płatać zabawne figle, poznawać cuda podwodnego świata w towarzystwie Małej Syrenki lub odkrywać karty Księgi dżungli. Fantastyczna kraina baśni nie ma granic i przed wszystkimi stoi otworem.

PRZEMYŚLANY dobór tytułów to nie jedyna zaleta serii. Niewątpliwym atutem wszystkich książek jest szata graficzna, nie ustępująca wydawnictwom Disneya. To nie tylko twarda oprawa, ale przede wszystkim doskonale komponujące się z treścią liczne, kolorowe ilustracje, które tak cieszą małych Czytelników. Zbliżający się Dzień Dziecka to wspaniały pretekst do powiększenia domowej biblioteczki i sprawienia radości najmłodszym.

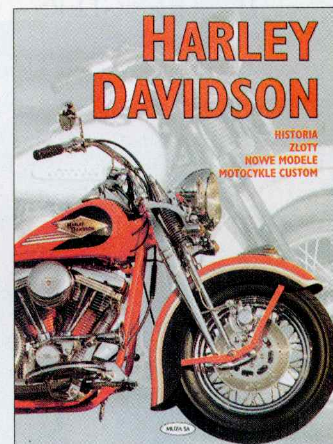



**A. Saladini, P. Szymezak**

## HARLEY DAVIDSON

***Muza***

POJAZD konstrukcji Louisa Guillaume Perreaux i Michaux ważył 61 kg, a mały silnik parowy umożliwiał osiągnięcie prędkości rzędu 15 km/h. Ten pierwszy na świecie motocykl, zgłoszony w 1868 r. do urzędu patentowego, zapowiadał nadejście nowej ery. Wraz z początkiem historii motocykli narodził się nowy styl życia, rozpoczęła się przyjaźń między człowiekiem a maszyną, dająca mu poczucie wolności i ryzyka.



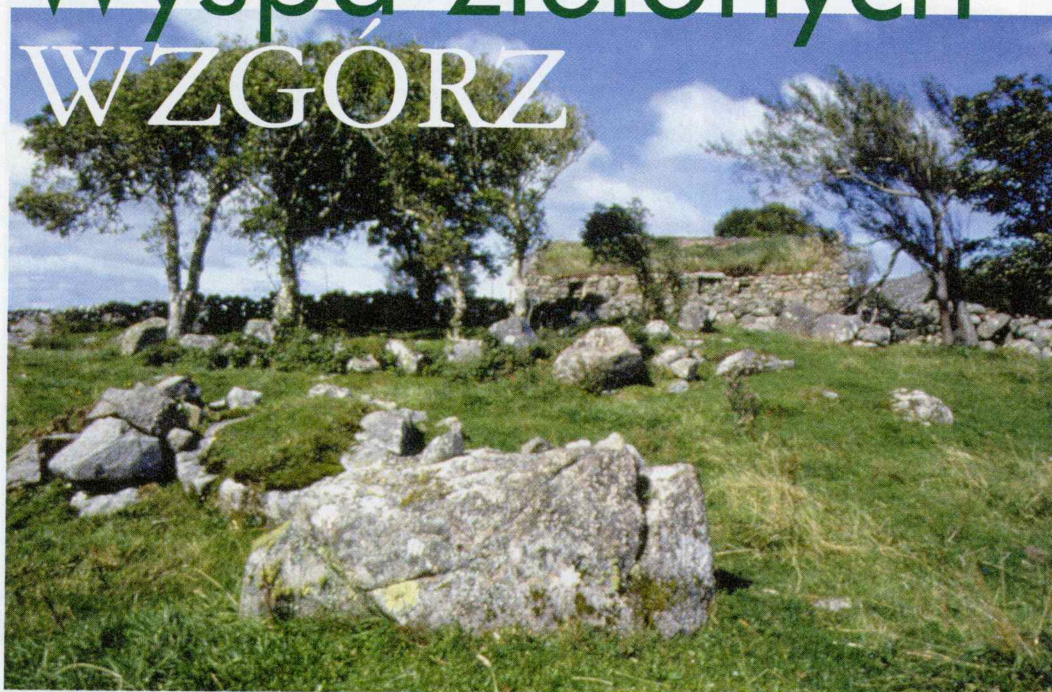

HARLEY Davidson zajmuje szczególne miejsce wśród firm produkujących motocykle. Przedsiębiorstwo, po niemal stuletniej działalności, w której liczne sukcesy przeplatały się z kryzysami, nie musi już dziś obawiać się konkurencji. Maszyny z Milwaukee to coś więcej niż dobra marka, to już mit. Albert Saladini i Pascal Szymezak dołożyli starań, aby Czytelnicy mogli zgłębić tę legendę. Zaprezentowali różne modele motocykli, które opuściły bramy zakładu Harley-Davidson, prześledzili rozwój silników V-Twin i opowiedzieli o ludziach współtworzących wizerunek firmy, a nawet ukazali środowisko harleyowskie w Polsce.

ZWRACA uwagę niezwykle wysoki poziom edytorski publikacji oraz bogactwo materiału ilustracyjnego, a szczególnie unikatowe, jedyne w swoim rodzaju fotografie archiwalne.

***Recenzje: Agnieszka Guzek***

# Wyspa zielonych WZGÓRZ

Piękne i surowe krajobrazy górskie przeplatają się z szarozielonymi wzgórzami i nizinami. Na łagodnie pofalowanych łąkach i pastwiskach dostojnie pasą się owce. Sielskość i spokój zaklęte w tym obrazie zachwycają przybyszów. Na ustronnych, białych plażach odurza świeżość, płynąca z irlandzkich wybrzeży. Monumentalny krajobraz Irlandii stanowi antidotum po wyprawach do egzotycznych zakątków świata.



POŁOŻONĄ na Oceanie Atlantyckim wyspę o powierzchni zaledwie 84 430 km$^2$, od Wielkiej Brytanii oddziela Morze Irlandzkie. Państwo Irlandia zajmuje 85% wyspy, pozostałe tereny należą do Irlandii Północnej – autonomicznej części Wlk. Brytanii.

KRAJOBRAZ Irlandii jest surowy, ale nie ubogi. Na nizinach w środkowej części wyspy spotykają się jeziora i moczary, rzeki i torfowiska, jednak to łąki i kończące się nagłymi urwiskami pastwiska są dominującymi elementami krajobrazu. Małe zatoki stanowią nieliczne enklawy ciszy na skalistym, poszarpanym brzegu.

UROK wyspy dostrzegli Celtowie, którzy stopniowo zasiedlali jej tereny od IV w. p.n.e. Z czasem zaczęły powstawać państewka plemienne, tworzące federacje prowincjonalne pod zwierzchnictwem jednego „arcykróla". W X w. n.e. św. Patryk wskazywał celtyckim plemionom drogę ku nowej religii. Stare manuskrypty barwnie opisują jego życie i bohaterskie czyny. Według legend, to św. Patryk przysłużył się wyspie, wypędzając do morza wszystkie węże. Co roku w dniu 17 marca mieszkańcy Irlandii urządzają festyny i zabawy, by uczcić pamięć św. Patryka – patrona wyspy. Dziś obchodom towarzyszy zwyczaj picia słynnego na całym świecie irlandzkiego piwa, przygotowanego według receptury Artura Guinnessa. Jako pierwsi smak piwa docenili tragarze zatrudnieni w portach, którym trunek umilał przerwy w pracy. Porter, w języku angielskim – tragarz, to ciemne, mocne piwo o charakterystycznym słodowym aromacie i chmielowo-winnym smaku. W browarach Guinnessa przyrządza się je z jęczmienia, chmielu, drożdży i wody, czerpanej ze źródeł, położonych w górach Wicklow. Irlandczycy tak rozsmakowali się w piwie Guinness, że dodają je nawet do wypieków.



DRUGI trunek, z którego znana jest Irlandia, to whisky. Jej nazwa wywodzi się z języka celtyckiego – *visce beatha* czyli *woda życia*. Przeszło 100 lat upłynęło od pierwszej destylacji whisky w Irlandii, ale do dziś wyrabia się ją zgodnie z tradycyjnymi recepturami. Turyści chętnie odwiedzają rozsiane po całym kraju browary i gorzelnie, podpatrując produkcję alkoholi. Na całej wyspie w najmniejszych nawet miejscowościach gościnne puby zapraszają do zabawy. Bo irlandzkie trunki najlepiej smakują przy dźwiękach muzyki. Ludowe pieśni opowiadają o patriotyzmie, miłości oraz o tęsknocie i nędzy Irlandczyków, przebywających na emigracji. Charakterystyczne dla tradycyjnej muzyki irlandzkiej motywy celtyckie oddają skrzypce, bębny i oczywiście harfa. Irlandia to jedyny kraj na świecie, który umieścił w godle harfę. Instrument, na którym już w średniowieczu wygrywano pieśni sławiące rycerskie czyny.

ODLEGŁE, egzotyczne kraje z bujną roślinnością stanowią kontrast dla chłodnej i deszczowej Irlandii. Nie zachęcając klimatem, oferuje ona przybyszom swoją przeszłość, historię i tradycję zamkniętą w starych zabytkach. Jedną z najsłynniejszych atrakcji turystycznych jest Grobla Olbrzyma. Około 37 tys. bazaltowych kolumn w kształcie plastra miodu tworzy wielką, średnią i małą groblę, stopniowo schodzącą do morza. O powstaniu Grobli Olbrzyma krążą legendy. Według jednej z nich groblę zbudował niezwykle rosły Mac Cool, aby dotrzeć do ukochanej, mieszkającej na szkockiej wyspie.

**Biuro Podróży Triada**
ul. Nowogrodzka 42, Warszawa
Tel. (0-22) 622 64 33

Zaprasza na 8-dniową wycieczkę objazdową po Irlandii. Trasa wycieczki m.in. obejmuje miasta: Powercourt – Killkenny – Limerick – Tully – Droghed – Trim – Dublin. Świadczenia zawarte w cenie obejmują: przelot, zakwaterowanie w 2-gwiazdkowych hotelach, wyżywienie (śniadania), transport, opiekę pilota i ubezpieczenie.



NA POWSTAŁYCH z wapiennych skał Wyspach Aran czas stanął w miejscu. Wydaje się, że cywilizacja ominęła ten zakątek, w którym tradycyjne obrzędy i zwyczaje wciąż są żywe. Prehistoryczne, kamienne fortece wtapiają się w surowy krajobraz, rozsławiony filmem J. Flaerty „Człowiek z Aran". Raz po raz zielone wzgórza Irlandii odkrywają przed turystami wspaniałe, stare budowle. Symbole przeszłości, historii urzekają swą monumentalnością. W Killkenny, mieście rodziny Butlerów, znajduje się jeden z najpiękniejszych zamków Irlandii. Inne ściągają przybyszów okolicznościowymi świętami i festynami. Warto na przykład zatrzymać się w zamku Trim, u stóp którego odbywają się nietypowe wyścigi konne. Nietypowe, ponieważ biorą w nich udział zakonnicy z pobliskiego klasztoru. Irlandczycy słyną ze swoich stadnin koni i miłości do tych zwierząt. Konie wyhodowane w Stadninie Narodowej, założonej w 1900 r., zobaczyć można na królewskich paradach w Anglii. Miejscowość Tully słynna jest ze wspaniałych, japońskich ogrodów, założonych w XX w. Są symbolem alegorycznej wędrówki człowieka do krainy wieczności. W innym zakątku kraju, u stóp góry Great Sugar Loof (wielka głowa cukru) położone są tarasowe ogrody w stylu włoskim – Powerscourt. Wśród skromnej roślinności biegną tu schody ozdobione misternymi, wykonanymi z kamyków mozaikami, przedstawiającymi sceny zaczerpnięte z mitologii.

GROBOWIEC Newgrange, miejsce pochówku legendarnych królów Tary, to jeden z niewielu grobowców korytarzowych, które zachowały się do naszych czasów. Samo wzgórze Tary uznawane jest za polityczne i duchowe centrum celtyckie Irlandii. Ślady kultury celtyckiej napotkać można także na terenie Parku Irlandzkiego Dziedzictwa Narodowego. Tradycyjne budynki skansenu kryją stare przedmioty codziennego użytku, ale największą atrakcją są łodzie Wikingów. Motywy celtyckie widoczne są również na ludowych rękodziełach, wykonanych w naszych czasach. Wystawiane przed sklepikami czy na straganach podczas lokalnych festynów, kuszą turystów, którzy przy piwie i dźwiękach irlandzkiej muzyki chłoną specyficzny klimat małych miast i wsi. Z tym spokojnym stylem życia kontrastuje wielkomiejski klimat Dublina. Spacerując ulicami miasta, turyści napotkają budynki sakralne pochodzące z XI i XII w. oraz zabytki architektury świeckiej z XVIII I XIX w. Na szczególną uwagę zasługuje Katedra św. Patryka oraz Trinity College, którego absolwentami byli m.in. Oskar Wilde i Samuel Beckett. Stałym punktem zwiedzania Dublina jest także więzienie Kilimainham, gdzie przetrzymywano wielu irlandzkich bohaterów narodowych. El Greco, Goya, Brueghel, Rembrandt – to tylko nieliczne nazwiska malarzy, których prace zgromadzono w Galerii Narodowej. Irlandia, choć pozornie zimna i daleka, tętni prawdziwym życiem, wypełnionym tradycyjnymi obrzędami. Toczy się ono wśród zielonych wzgórz.

***Agnieszka Guzek***

*foto: BE&W*




**BASENY KĄPIELOWE**
OGRODOWE I KRYTE

**Urządzenia do wytwarzania chloru z soli kuchennej,**
schody do każdego basenu, ogrzewanie słoneczne, namioty basenowe, filtry, pompy, lampy, grzałki i inne akcesoria.
Chemia basenowa i testery z atestem PZH



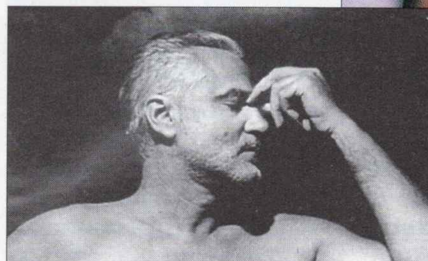
*DĘBICA* 39-200 Rynek 21 0-14 6760654 - FROST
*KRAKÓW* 30-244 A. Bielańskiego 15 0-12 6436641 0-602 213183 - BEMA
*OLSZTYN* 10-141 Zielona 8/5 0-89 5236762 0-90/0-501 283931 - AQUA SERVICE
*SKOCZÓW* 43-430 Pogórze 248, 0-33 8533773 - LIMAX
*GDAŃSK* 84-200 *WEJHEROWO* Pruszkowskiego 30, 0-58 6727383

Folkpool
Polska
ul. Brzezińska 15 03-075 Warszawa
tel. 022 6768286 6768276 fax 6767447
folkpool@kki.net.pl
http://www.folkpool.com

# Coco i GIANNI

Człowiekowi przypadł dar doskonalenia i zmieniania świata, tworzenia budowli, przedmiotów, wynalazków, które są świadectwem jego myśli. Jednak nie wszystkim dane jest w takim samym stopniu zmieniać bieg dziejów. Tak jak historia nie zapomniała o tym, co dla malarstwa zrobił Claude Monet, tak nie zapomni o osobowości świata mody – Coco Chanel.





JEJ PRAWDZIWE imię brzmi Gabrielle Chanel. Urodziła się na wsi, ale jako młoda dziewczyna wyjechała do wielkiego i światowego miasta. Bo takim wówczas był Paryż – centrum kulturalne świata, miasto z klimatem i legendą.



Tam uprawiano wszystkie dyscypliny sztuki. „Belle Epoque" obecna była w beztroskim i dostatnim życiu mieszczańskim. Coco uwiodła paryska awangarda i twórczość, negująca powszechnie uznane kanony sztuki. Takie też krawiectwo zaczęła propagować w swojej pracowni. Tworzyła kreacje, które cechowała prostota i nieskomplikowana forma męskich strojów. Zdecydowanie odrzuciła woalki, koronki, wstążki, pióra i misterne fryzury. Przez całe życie towarzyszył jej niezmienny image – krótko przystrzyżone włosy, spodnie i charakterystyczny papieros na długiej fifce. Coco Chanel – legenda. Mając 87 lat, zmarła w paryskim hotelu Ritz,w dostatku, lecz w samotności.

BYŁA prekursorką nowego, odważnego i prowokującego, ale nigdy nie wulgarnego stylu. Stylu wyzwolonego ze skostniałej formy sukni poprzednich stuleci. Na swój sposób była sufrażystką. Wprowadziła kobiecy kostium à la Chanel, kapelusz „cloche" à la Chanel czy spodnie à la Chanel. A wszystkie jej projekty, choć oszczędne i umiarkowane w formie, były jednocześnie w najwyższym stopniu kobiece i uwodzicielskie. Romy Schneider, Jackie Kennedy, Marlena Dietrich, Elizabeth Taylor czy Juliette Greco, to tylko niektórzy wielcy tego świata, których ubierała Coco. Chanel tchnęła nowego ducha w zjawisko mody, wylansowała kobietę XX w.

## Gianni Versace

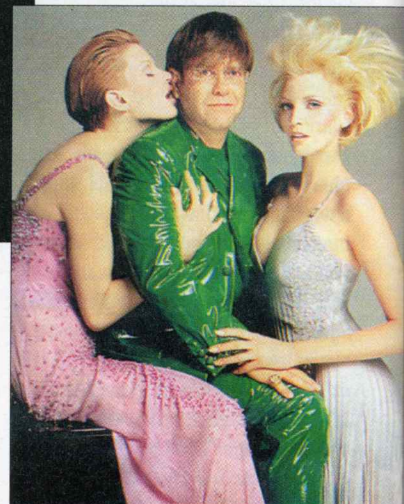
GIANNI Versace już za życia był wielki, po śmierci stał się mitem. Tworzył kreacje dla aktorów, ale także projektował meble, tkaniny, szkło, zajmował się nawet scenografią. Czerpał z pop-artowskiej sztuki Warhola i nowoczesnych technik reklamowych, ale także często sięgał do antycznego stylu. Otaczał się przedmiotami z Baroku, Renesansu czy secesji. Zawsze jednak swojej sztuce potrafił nadać piętno osobowości i niedoścignionego stylu.

KOLORYSTYKA, która stała się sztandarem Gianni'ego Versace, była paletą malarstwa bizantyjskiego. Złoto na kobaltowym tle, mocno nasycona czerwień, cynobry i ugry. Owijał swoje modelki w połyskliwy, delikatny jedwab, na którym malował motywy religijne, statyczne posągi świętych, królów i madonn.

OD 1990 R. wyrazem zamiłowania mistrza do klasycznej formy i proporcji stała się charakterystyczna głowa Meduzy – znak firmy. Wyniosły styl „alta moda" równoważył, lansując linię Versus, w której proponował kolekcje dżinsowe i sportowe.

TAKIE osobowości, jak Elton John czy Maurice Bejart były przyjaciółmi Versace i orędownikami jego talentu. Naomi Campbell – muza mistrza, nigdy nie pogodziła się z jego nagłym, tragicznym odejściem i głęboko przeżyła inaugurację na Schodach Hiszpańskich sezonu mody, na którym go zabrakło.

GIANNI Versace zginął tragicznie z rąk zamachowca 15 lipca 1996 r. Jednak imperium, które stworzył, przetrwało i dziś zarządzane jest przez rodzeństwo mi-



strza. Ale przede wszystkim przetrwała jego sztuka, pokazywana w Metropolitan Museum w Nowym Jorku, Victoria i Albert Museum w Londynie czy w Mediolanie w Castello Sforzesco.

*Jan Kosieradzki*
*foto: archiwum autora*



DWUSYSTEMOWY

# IDEAŁ

tylko

95 netto zł

wraz z aktywacją w sieci Idea i zestawem słuchawkowym







Potęga dwóch systemów.
W mieście ceny Idei, za miastem zasięg GSM.

Silna obudowa. Zegar. Kalkulator.
Dostęp do faxu. Zestaw słuchawkowy. **Ideał.**
Dwusystemowy Ericsson S868. Tylko teraz ideał za 95 zł netto.
Tylko w sieci IDEA - naprawdę darmowa poczta głosowa.

**Dużo mówisz. Mało płacisz.**

Bezpłatna infolinia: 0-800 123456, www.idea.centertel.pl

Szczegóły oferty w punktach sprzedaży.



# Męska SPRAWA

Nie musimy już dłużej rozdzielać kontrastów, które w sobie nosimy – pod takim hasłem odbyła się premiera najnowszej kompozycji zapachowej dla panów – „Rochas Man".



TWÓRCA zapachu, Maurice Roucel, uważa, że aby osiągnąć harmonię, człowiek powinien zaakceptować istniejące bariery między świadomością a podświadomością. Rozproszyć niepokoje i wydobyć na światło dzienne najskrytsze marzenia. W tym niełatwym procesie, mężczyźnie stojącemu na krawędzi wieków pomóc ma „Rochas Man".

FIRMA Rochas obecna jest w krajobrazie mody od 1925 r. Od samego początku Marcel Rochas kładł nacisk na produkty męskie, tworząc podwaliny nowego, wyrafinowanego, francuskiego smaku. Rok 1949 przyniósł triumf, bowiem niezwykły, mocny zapach „Moustache" okazał się wielkim przebojem. Przez dwa dziesięciolecia Rochas nie ustąpił nikomu miejsca na światowym perfumeryjnym podium. Wielu twórców zaczęłoby odcinać kupony od tak wielkiego sukcesu, ale nie on. Udowodnił to, wykraczając raz jeszcze poza przyjętą konwencję.

DZISIAJ Rochas proponuje nowy, męski zapach. Świeży i głęboki, składający się z trudnych do przewidzenia kontrastów barw i smaków. Smaków delikatnych, z których przebija siła i przebojowość tego, co niespotykane i rzadkie.

MĘŻCZYZNA Rochas głęboko przeżywa swoje wewnętrzne rozterki. Nie wstydzi się tego, bo dzięki nim zrozumiał, że to właśnie kontrasty stanowią o jego sile i bogactwie. Przyjmuje drzemiące w nim kruchość i męstwo, moc i słabość, ponieważ to właśnie dwoistość staje się zapowiedzią szczęścia, jest drogą ku wolności. Mężczyzna Rochas, jako autor swojej moralności, przedkładając jednostkę nad grupę, kulturę nad narody, postawił na określenie swoich wartości. Pomimo presji i wpływów jest sobą i liczy tylko na siebie. Posiadł mądrość godzenia skrajności, bo to, co przeciwne, zawsze się w końcu spotyka. „Rochas Man" to odbicie tego, co nosi w sobie człowiek, co stanowi o jego ewolucji.



FLAKON „Rochas Man" to pierwsze zaskoczenie, niczym sztylet przecina przestrzeń. Dzieło sztuki współczesnej, która ma za sobą już dwa tysiąclecia. Buteleczkę wykonano ze szlifowanego szkła i wygładzonej stali – surowców niezwykle miłych w dotyku. Te dwa elementy łączą się w harmonijny i gwałtowny dialog. Flakon jest symbolem delikatności i życiowej mocy. Magicznie ściąga światło, dzięki czemu jego przejrzystość równa jest czystości i niewinności. Absolutnie nowoczesny flakon jest solidny, lecz zarazem subtelny. Z niespotykaną gdzie indziej przewrotnością, korek nie wieńczy dzieła, lecz jest podstawą flakonu, kryjącego bogaty zapach.

FLAKON urzeka odwagą, wyrafinowanym kształtem i materiałem. Jego intrygującą formę opina lub raczej obejmuje kokon-futerał. Flakon w kokonie? Tego jeszcze nie było. Zadziwiający pomysł, ale i wykonanie. Etui, otwierane od spodu, wykonano z materii odpornej na uderzenia. Jego barwa, gdzieś pomiędzy różem i bordo, przekornie igra ze światłem.

ZAPACH jest niczym wibrująca esencja. Przejrzystość i świeżość górnej partii przechodzi w moc, ale także we wrażliwość nuty serca i bazy. Odważna struktura zapachu, w której połączono dwie, różnorodne nuty: lawendę i kawę, daje wręcz piorunujący efekt. Głęboka mokka o potężnym i odurzającym aromacie to akord dotąd niespotykany.

FAŁSZYWIE grzeczna nuta głowy przepełniona jest świeżą i subtelną lawendą oraz bergamotką. Jak pierwsze owoce wiosny, są obietnicą, zapowiedzią nadchodzącego lata. Emocje powoli rozpraszają się, gdy z niższych warstw wynurza się wytrawna i głęboka ambra. Ale wśród tych zapachowych doznań dominuje kawa ze swoim specyficznym, wszechogarniającym ciepłem. Łagodnie złamana akcentem wanilii oraz cedrem, który zdaje się zapowiadać drzewo sandałowe. Całość łagodnie owija łza paczuli, przywołująca jasny poranek abisyńskiego ogrodu i jego zapachu. Zapachu, w którym powiew lasu miesza się z aromatem kwiatów i rozgrzanych słońcem cytrusów. „Rochas Man" nutą świeżej ambry świętuje zespolenie ognia i lodu.

MĘŻCZYZNA „Rochas Man" jest niezależny, nieprzewidywalny i niepodległy. Pan swoich wyborów zapowiada nadejście nowej ery. Epoki mocnej i czułej, w której on zajmie istotne miejsce.

*M.F.*

# tan1o popyla




A Ty wraz z nim. Kontrolujesz ile wydajesz.
Tanio rozmawiasz. Nie płacisz abonamentu.
Komunikacja kosztuje Cię mniej niż gdziekolwiek indziej.
Wraz z usługą POP – nowy telefon Motorola c520.
Używany w trybie miejskim.
Śliczny, ergonomiczny, aerodynamiczny.
I nie musi mieć przestronnego wnętrza.
Zmotorolyzuj się!



**Cena zestawu POP z telefonem Motorola c520: 399,-netto** usługa dostępna w sieci **Idea**

http://www.pop.centertel.pl bezpłatna infolinia: 0-800 123456




JADARTEL

ZAUFAJ NAJLEPSZYM

tel. (081) 747 84 87

**SALONY FIRMOWE JADARTEL:**

**Lublin:** Al. Racławickie 44a, tel. /081/ 533 18 00; ul. Zana 19, E'Leclerc, tel. /081/ 528 06 30; ul. Narutowicza 31-32, tel. /081/ 532 41 08; ul. Krak. Przedmieście 13, tel. /081/ 743 79 90; **Warszawa:** ul. Emilii Plater 28, tel. /022/ 630 31 60; **Katowice:** ul. 3-go Maja 21, tel. /032/ 59 66 26; **Chorzów:** Pl. Waryńskiego 6, tel. /032/ 247 29 38; **Gdańsk Wrzeszcz:** ul. Dmowskiego 12 paw. 5, tel. /058/ 344 07 77; **Kraków:** ul. Zwierzyniecka 27, tel. /012/ 422 29 35




**PUNKTY SPRZEDAŻY:**

**Warszawa:** ul. Kochanowskiego 1, tel. /022/ 633 38 98; ul. Krucza 38/42, tel. /022/ 628 79 89; ul. Zamoyskiego 47 a, tel. /0501/ 026 900; **Lublin:** ul. Narutowicza 67, tel. /081/ 534 43 23; ul. Świętoduska 20/1, tel. /081/ 532 64 53; ul. Bernardyńska 3, Pałac Parysów, tel. /081/ 532 99 99; ul. Braci Wieniawskich 12a, tel. /081/ 740 81 92; ul. Jasna 7, tel. /081/ 534 34 64; **Katowice:** ul. Mariacka 2, tel. /032/ 253 91 49; **Czeladź:** Centrum Handl. M1, ul. Będzińska 80, tel. /032/ 269 21 15; **Bytom:** Pl. Kościuszki 12, tel. /032/ 281 83 65; **Chrzanów:** ul. Rynek 9, tel. /032/ 623 50 14; **Mikołów:** ul. Okrzei 8, tel. /032/ 226 37 91; **Jaworzno:** ul. Grunwaldzka 68, tel. /032/ 752 00 45; **Ruda Śląska:** ul. Czarnoleśna 9, tel. /032/ 244 24 74; **Rybnik:** ul. 3-go Maja 4c, tel. /032/ 422 75 99; **Sosnowiec:** ul. 3-go Maja 17, tel. /032/ 290 54 70; **Świętochłowice:** ul. Bytomska 18, tel. /032/ 770 02 22; **Tychy:** ul. Jana Pawła II 11C, tel. /032/ 217 04 73 w. 137; **Zabrze:** ul. Wolności 249, tel. /032/ 278 17 00; ul. Wolności 336, tel. /032/ 271 09 82; **Kraków:** ul. Stradomska 18, tel. /012/ 429 50 08; ul. Starowiślna 49, tel. /012/ 429 27 60; Nowa Huta, ul. Oś. Złotej Jesieni 13 /pawilon E/, tel. /012/ 648 71 24; **Poznań:** ul. Zwierzyniecka 7, tel. /061/ 847 02 81; oś. Na Murawie 7/2, tel. /061/ 821 35 33; **Wrocław:** ul. Jedności Narodowej 110, tel. /071/ 372 04 24; ul. Kościuszki 49-49a, tel. /071/ 344 25 59; ul. Oławska 25, tel. /071/ 341 85 60; **Gdańsk:** ul. Grunwaldzka 103, tel. /058/ 342 69 75; **Gdynia:** ul. Świętojańska 48, tel. /058/ 661 82 88; **Tczew:** ul. Gdańska 55, tel. /058/ 532 06 52; **Szczecin:** ul. Poniatowskiego 2 a, tel. /091/ 486 14 61; **Łódź:** Al. Mickiewicza 15a, tel. /042/ 636 59 96; Al. Kościuszki 13, tel. /042/ 630 54 18; ul. Limanowskiego 97, tel. /042/ 659 56 63;

**JADARTEL- największy w Polsce autoryzowany przedstawiciel PTK Centertel, tel. 0 501 222 221**